PROFIL

nr 1 (80) styczeń 2000









PTK Centertel w 1999 roku

Wyniki konkursów dla Abonentów

Wynalazki minionego wieku

Projekt „Internet 2"

CENTERTEL

popisz
sobie



łączy z ludźmi

(bez abonamentu
bez rachunków
bez obaw)

SMS - nowość w usłudze POP

POPisz sobie. Bez długopisu i papeterii.

Wybierając na klawiaturze dowolnego telefonu na POPkartę odpowiednie litery, możesz wysłać krótką wiadomość do dalszych, bliższych i najbliższych znajomych. Na pewno czekają na kilka miłych słów od Ciebie. Możesz przesłać odpowiednie informacje, zadać pytanie i otrzymać odpowiedź. Wszystko dyskretnie i szybko. A w dodatku od 23 grudnia 1999 r. do końca stycznia 2000 r. za darmo*.

*W tym czasie operator zastrzega sobie prawo do czasowego ograniczenia dostępu do tej usługi.

Bezpłatna infolinia: 0 800 123456

www.pop.centertel.pl

w sieci IDEA

Szanowni Państwo,

Początek roku skłania do podsumowania tego, co wydarzyło się przez cały rok poprzedni. W styczniowym „Profil-u" przedstawiamy Państwu kalendarium najważniejszych wydarzeń 1999 r., w których nasza firma, PTK Centertel, brała udział jako gość lub jako sponsor. Był to rok, który obfitował w wyróżnienia – otrzymaliśmy koncesję na sieć w standardzie GSM 900, a także wiele prestiżowych nagród i tytułów, w tym tytuł „Telekomunikacyjnej firmy roku" miesięcznika „Telecom Forum". Ostatnim sukcesem jest niewątpliwie uzyskanie przez naszą firmę certyfikatu, potwierdzającego spełnienie standardów międzynarodowej normy ISO 9002 w zakresie obsługi Klienta.

W dziale „Mobile" przedstawiamy zdobywców nagród w konkursie „Taniej, lepiej, EXTRA" oraz loterii roamingowej „Idealna Podróż". Znajdą też tu Państwo informacje na temat ostatnio uruchomionych roamingów i nowych usług w systemie POP („90... ...501").

Tematem miesiąca są wynalazki minionego wieku („Prymitywny i inspirujący – ostatni taki wiek"). Choć niektóre okazały się niepraktyczne, zbyt kosztowne lub wręcz szkodliwe, większość z nich znacznie ułatwiła nam życie. Najbardziej fascynujące wynalazki to te, które w tak niezwykły sposób zwiększyły naszą mobilność. Wśród nich, oprócz samochodów czy komputerów, poczesne miejsce zajmuje oczywiście telefon komórkowy („Skąd się biorą komórki").

„W sieci" tym razem prezentujemy projekt „alternatywnego" Internetu 2 oraz ciekawe strony WWW, poświęcone „białemu szaleństwu". A „Po godzinach" znajdą Państwo zaproszenie do odwiedzenia Berlina – miasta wielu kultur i odradzającej się stolicy zjednoczonych już Niemiec.

Zapraszamy do lektury –

Redakcja

SPROSTOWANIE

Z przykrością informujemy, że zdobywczyni II nagrody w konkursie „Taty Pytona" (listę nagrodzonych opublikowaliśmy w numerze 11/99) nie jest autorką nadesłanego przez siebie kalamburu. Tekst ten – autorstwa Jerzego Ficowskiego – był wcześniej zamieszczany w innych publikacjach.

PROFIL

– magazyn abonentów ptk centertel

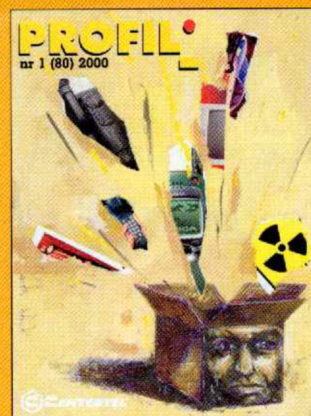
wydawca: polska telefonia komórkowa centertel sp. z o.o.
redakcja: biuro komunikacji marketingowej ptk

redaktor naczelny: iwona zabielska
sekretarz redakcji: krzysztof adelt
redakcja: agnieszka guzek, maria piskorska
korekta: irena szewczyk
reklama: patrycja wąsowska
tel. (0-22) 656 14 44 w. 1315
opracowanie graficzne: jurek wasiukiewicz

adres redakcji:
ul. sienna 75, warszawa
adres do korespondencji:
ul. żelazna 28/30,
00-832 warszawa
tel. (0-22) 656 15 97;
faks (0-22) 656 15 51

druk: drukarnia prasowa, łódź
druk okładki: drukpol, sulejówek

redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.



projekt okładki: artur sitnik

PTK Centertel – **MINI-INFORMATOR**

Informacja handlowa

0-800 123456 – połączenie bezpłatne z dowolnego aparatu
(0)90 234567 – połączenie bezpłatne w sieci NMT
(0)501 123456 – połączenie bezpłatne w sieci Idea Centertel

Biuro Obsługi Klienta:

*22 – połączenie bezpłatne z telefonu komórkowego (tylko na terenie Polski)
501 100 100 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
(0)22 634 28 82 – numer stacjonarny, połączenie płatne
+48 22 634 28 82 lub +48 501 100 100 – numery dla Abonentów, przebywających za granicą

90 200 123, 501 200 123 – informacja o numerach Abonentów PTK Centertel i numerach kierunkowych (*123 z telefonu komórkowego)

PTK Centertel w Internecie:



www.centertel.pl – strona domowa Polskiej Telefonii Komórkowej: informacje o firmie, aktualne informacje prasowe, odnośniki do podstron, sieć NMT (promocje, cenniki, telefony, zasięg, usługi dodane, roaming, ciekawe miejsca)



www.idea.centertel.pl – co to jest Idea, promocje, taryfy, telefony, zasięg, usługi dodane, roaming



sklep.centertel.pl – Idealny Sklep Wirtualny – sklep internetowy PTK Centertel (sprzedaż aparatów NMT i Idea, aktywacje, usługa POP)



www.pop.centertel.pl – usługa POP w sieci Idea (promocje, zestawy POP, usługi, aparaty, opłaty)



sms.centertel.pl – z tej strony można wysłać wiadomość tekstową do Abonenta sieci Idea (jeśli aktywował usługę „Internet SMS")

Głosowo-faksowe serwisy informacyjne:

90 234 234, 501 234 234 – serwis informacji handlowej PTK Centertel o sieci Idea: telefony (*15), usługi dodane (*115), ceny i promocje (*120), roaming międzynarodowy (*125), usługa POP (*130)
90 213 213, 501 213 213 – Wirtualny Serwis Ekonomiczny PTK Centertel i firmy Prorexim (internet: http://www.prorexim.com.pl): kursy walutowe (*15), oprocentowanie depozytów bankowych (*110), oprocentowanie kredytów bankowych (*115), serwis giełdowy (*125)
501 70 70 70 – serwis internetowy: Internet w sieciach NMT i Idea
501 277 277 – serwis informacyjny o SMS: krótkie wiadomości SMS w sieci Idea (*110), wysyłanie SMS-ów (*120), odbieranie SMS-ów (*130), dlaczego warto czytać SMS-y (*140), serwisy informacyjne oparte o funkcje SMS (*150), pakiet serwisów PAP (*151), serwis „Kursy walut Pekao S.A." (*152), serwis „Lotto-SMS" (*153), wysyłanie SMS-ów do Internetu (*160), usługi Internet-SMS i Idea-Email (*170), opłaty (*180)
90 200 175, 501 200 175 – horoskop Agnieszki: Baran (*11), Byk (*12), Bliźnięta (*13), Rak (*14), Lew (*15), Panna (*16), Waga (*17), Skorpion (*18), Strzelec (*19), Koziorożec (*110), Wodnik (*111), Ryby (*112)
W trakcie trwania połączenia z serwisami istnieje możliwość otrzymania wydruków po wybraniu „5" i „START" na faksie.

Dostęp do Internetu: *888 lub 501 80 80 80, w roamingu +48 501 80 80 80

Firmowe salony sprzedaży

BYDGOSZCZ: ul. Gdańska 67, tel. 21 12 12, 21 24 33, 0-90 600 600, faks 21 29 67.
GDAŃSK: ul. Tkacka 9/10, tel. 301 00 21, 301 14 14, 301 63 14, faks 301 64 12, 301 51 13.
GDYNIA: ul. Świętojańska 87, tel. 620 22 22, 0-90 50 60 70, faks 620 21 21.
LUBLIN: ul. Chopina 11, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-90 200 600, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.
ŁÓDŹ: ul. Piotrkowska 232, tel. 0-90 209 020, 639 96 95 i tonowo: 10 lub 11 – salon, 20 – handlowcy, 60 lub 61 – serwis, 64 – faks.
KATOWICE: ul. Graniczna 29, tel. 256 40 18, 256 40 34, 0-90 345 678, faks 256 15 49.
KRAKÓW: ul. Piłsudskiego 22, tel. 421 65 76, 0-90 330 000, faks 421 64 88; ul. Starowiślna 62, tel. 422 29 59, 0-90 33 66 33, faks 422 26 83.
OLSZTYN: ul. Dąbrowszczaków 8/9, tel. 535 05 04, 0-90 500 500, faks 534 97 53.
POZNAŃ: ul. Wierzbięcice 9, tel. 865 19 20 lub 865 19 21 i tonowo: 1 – faks, 0-90 654 321, faks 833 79 80.
RZESZÓW: ul. Chodkiewicza 7, tel. 862 92 96, 853 91 00, 853 91 01, 0-90 333 222, faks 862 86 81.
SOSNOWIEC: ul. 3-go Maja 30, tel. 292 50 44, 0-90 321 321, faks 292 50 33.
SZCZECIN: ul. Kaszubska 52, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 103 – salon, 115 – serwis, 114 – przedstawiciele handlowi, tel. 0-90 66 55 44; ul. Bolesława Krzywoustego 65, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 103 – sprzedawcy, 110 – faks, tel. 0-90 600 222.
TORUŃ: ul. Rynek Staromiejski 24, tel. 663 50 00, 663 50 30, 0-90 50 50 20, faks 663 53 44.
WARSZAWA: ul. Pańska 57/61, tel. 656 15 54, 0-501 101 101, 0-501 001 052, 0-90 200 768, faks 656 15 06; ul. Okrzei 34, tel. 670 07 25, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, 0-501 111 501, 0-501 000 502, 0-90 209 302, 0-90 272 999, faks 670 23 60; Al. Niepodległości 24/30, tel. 853 34 10, 853 34 15, 0-501 000 501, 0-501 000 505, 0-90 209 102, 0-90 200 034, faks 853 34 20.
WROCŁAW: ul. Odrzańska 25, tel. 44 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – przedstawiciele handlowi, 111 – fax, 0-90 332 211; ul. Piłsudskiego 104, tel. 346 00 10 i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks, 0-90 33 22 33.

z profilu

styczeń 2000

numer 1 (80)

temat miesiąca **Wynalazki XX wieku**



20 Prymitywny i inspirujący
Ostatni taki wiek

24 Sprytny system

6 PTK Centertel
– kalendarium najważniejszych wydarzeń 1999







10 Nagrody w loterii „Taniej, lepiej, Extra"

12 Nagrody w loterii „Idealna podróż"

14 SMS-y w aparatach GSM

16 „Orange tour" grupy „be"

17 Nowe roamingi w Idei

18 90... ...501

30 Slalomem przez Internet
– zimowe strony www dla narciarzy

32 Cyfrowa biblioteka

34 Od słowa do słowa
– felieton

35 Nowości wydawnicze

36 Co nowego w kinach?

37 Recenzje płytowe

40 Dżentelmeni i damy
– w co się ubrać na karnawał

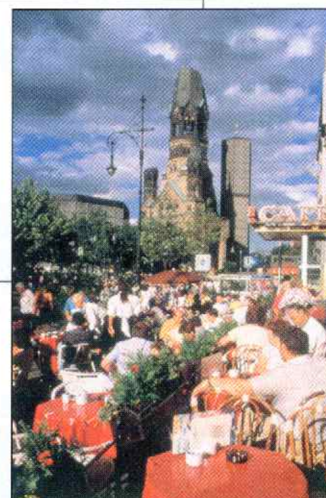
42 Zapach nowego i starego roku

28 Internet 2-ów 2-óch
– nowy „naukowy" Internet



38 Miasto niedokończone
– Berlin wczoraj, dziś, jutro





PTK CENTERTEL w 1999 r.

KALENDARIUM NAJWAŻNIEJSZYCH WYDARZEŃ



• Prezydent A. Kwaśniewski wręcza nominację dyrektorowi PTK Centertel (Gala BCC)





• Trasa promocyjna „Road Show"



• Otwarcie Centrum Zarządzania Siecią

1 stycznia liczba Abonentów w sieci Centertel (NMT 450i) wynosiła 220.000, a w sieci Idea – 200.000 (w tym 50.000 użytkowników usługi POP).

18 stycznia dziennik Życie przyznał PTK Centertel i innym operatorom komórkowym nagrodę „za rozmach i tempo, z jakim dostarczają Polakom nowego środka komunikacji, czyniąc z gadżetu dla nielicznych podstawową komórkę społeczną: niezbędną w pracy, pomocną w domu".

19 stycznia PTK Centertel nominowano do nagrody „Lider Polskiego Biznesu" podczas Gali Business Center Club.

1 marca w sieci Idea – z okazji pierwszej rocznicy jej uruchomienia – wprowadzono nowe usługi: Data 100, Idea E-mail, serwis SMS „Kursy walut Pekao S.A."

2 marca podpisana została umowa o udzielenie kredytu długoterminowego o wartości 255,6 mln euro pomiędzy PTK Centertel a konsorcjum bankowym, zorganizowanym przez Bankers Trust Alex Brown (Londyn) oraz Societe Generale (Paryż). Kredyt ten przeznaczony jest na zrefinansowanie dotychchczasowych krótkoterminowych zobowiązań kredytowych oraz dalsze inwestowanie w rozwój sieci Idea.

4 marca rozpoczęła się promocja urodzinowa Idei.

16-18 marca podczas targów telekomunikacyjnych Intertelecom w Łodzi firma PTK Centertel została nagrodzona za uruchomienie z sukcesem sieci Idea Centertel (m.in. „Złotą Anteną", przyznaną przez miesięcznik Świat Telekomunikacji oraz wyróżnieniami miesięczników Twoja Komórka i Czas Telekomunikacji).

17-19 marca PTK Centertel sponsorem Wrocławskiego Festiwalu Piosenki Aktorskiej (koncert „Alfabet Józefowicza").

30 marca PTK Centertel nagrodzono „Złotą Filiżanką" – za ofertę marketingową sieci Idea – miesięcznika Marketing Serwis.

1 kwietnia prima aprilisowa promocja bezpłatnej poczty głosowej w systemie POP.

7 kwietnia początek trasy promocyjnej dla studentów – „Road Show" (POP i Idea).

8 kwietnia udział PTK Centertel w konferencji SEP „GSM a ochrona zdrowia i środowiska – przepisy, badania, fakty".

12 kwietnia Idea Centertel ma już 90 partnerów roamingowych w 50 krajach.

13-16 kwietnia podczas obrad kongresu operatorów sieci w systemie NMT w Helsinkach Dyrektor Techniczny PTK Centertel, Bertrand Le

Guern, został wybrany (na III kadencję) Przewodniczącym NMT MoU. Głównym tematem obrad były perspektywy rozwoju sieci NMT oraz plany ich cyfryzacji.

21 kwietnia w sieci Idea wprowadzono do sprzedaży przystawkę dla osób niedosłyszących (Nokia Loopset).

22 kwietnia uruchomiono pierwszą komercyjną usługę na platformie inteligentnej – Numer Osobisty. Usługa ta pozwala na korzystanie z kilku aparatów (numerów) pod jednym numerem.

27 kwietnia PTK Centertel członkiem Polskiej Izby Informatyki i Telekomunikacji.

17 maja udział w obchodach Światowego Dnia Telekomunikacji pod hasłem „Telekomunikacja a handel elektroniczny".

17 maja w sieci Idea działa już 100 roamingów.

18 maja wprowadzono do sprzedaży analogowy telefon Nokia 650. Jest to pierwszy na świecie model telefonu komórkowego z radiem.

18-19 maja udział w Krajowej Konferencji Radiokomunikacji i Radiodyfuzji w Poznaniu.

1-17 czerwca PTK Centertel sponsorem wizyty Ojca Świętego do Polski. Uruchomiono specjalny „papieski" serwis informacyjny, udostępniono budki komórkowe w miejscach nabożeństw i centrach prasowych.

4-6 czerwca w Cetniewie pod patronatem PTK Centertel odbywały się międzynarodowe zawody juniorów w tenisie stołowym – Centertel Polish Youth Open.

14 czerwca złożenie wniosku do Ministra Łączności o przyznanie koncesji na budowę sieci GSM 900.

20 czerwca początek roamingowej loterii promocyjnej „Idealna Podróż".

22 czerwca PTK Centertel otrzymał nagrodę Krajowej Izby Gospodarczej „Gwiazdy Gospodarki Polskiej".

23-26 czerwca PTK Centertel patronem III Konferencji „Miasta w Internecie" w Tarnowie.

5 lipca Minister Łączności Maciej Srebro podpisał koncesję na budowę ogólnopolskiej sieci GSM 900 przez PTK Centertel.

15 lipca w systemie POP wprowadzone zostały nowe taryfy: HIT (z atrakcyjnymi godzinami szczytu) oraz MAX (stałe stawki przez całą dobę).

22 lipca Minister Łączności przekazał na ręce Zarządu PTK Centertel koncesję na budowę sieci GSM 900.

26 lipca w sieci Idea wprowadzono 6 nowych serwisów informacyjnych SMS (Informacje, Pogoda, Imieniny, Droga, Ciekawostki, Giełda).

20 sierpnia początek loterii promocyjnej dla Abonentów sieci Centertel NMT, którzy wybrali taryfę Extra: „Taniej, lepiej, extra".

1 września uruchomiony został pierwszy roaming Idei w Stanach Zjednoczonych.





• Zarząd PTK Centertel odbiera koncesję na budowę sieci GSM 900



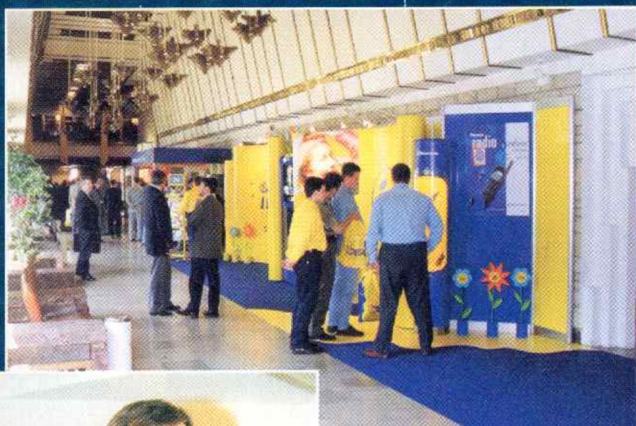


• PTK Centertel sponsorem polskiej reprezentacji tenisa stołowego. Finał Superligi Polska – Niemcy





• Zawody AROMER '99 World Cup Idea Centertel





• Światowy Dzień Telekomunikacji

• PTK Centertel „Telekomunikacyjną firmą roku"



• Przekazanie telefonów dla warszawskiej Policji





• Jazz Jamboree

8 września pełny roaming Idei z satelitarną siecią Iridium.

14 września przekazanie telefonów Idei dla Fundacji Pomocy Niepełnosprawnym Matematykom i Informatykom.

22 września podpisanie kontraktów z Nokia Poland (33 mln USD) i Nortel Networks (11 mln USD) na rozbudowę sieci Idea (pierwszy etap budowy sieci GSM 900/1800 zakończy się 1 marca 2000 r.)

5-6 października podczas obrad NMT MoU w Sankt Petersburgu podjęto decyzję o cyfryzacji sieci NMT (GSM 400 lub CDMA 450) w perspektywie najbliższych lat.

11 października w sieci Idea rozpoczęto sprzedaż pakietu Universum. Ta specjalna oferta dla wymagających użytkowników obejmuje pierwszy na świecie telefon trójzakresowy (Motorola L7089 Timeport) oraz atrakcyjne akcesoria i usługi.

22-24 października Idea Centertel sponsorowała festiwal Jazz Jamboree.

25 października udział PTK Centertel w konferencji na temat przygotowania operatorów telekomunikacyjnych do PR 2000 (pod patronatem Ministerstwa Łączności).

26 października przekazanie 270 telefonów Idei z zestawami Start POP (zakupionych w przetargu przez Gminę Centrum) stołecznym policjantom.

10 listopada otwarte zostało nowoczesne Centrum Zarządzania Siecią (NMC) PTK Centertel w Warszawie.

17 listopada w obu sieciach – Centertel NMT i Idea – uruchomiono Automatyczne Biuro Obsługi Abonentów (oparte na systemie IVR).

25 listopada nastąpiło podniesienie kapitału zakładowego PTK Centertel do kwoty 720.000.000 zł.

29 listopada PTK Centertel został wyróżniony przez miesięcznik „Telecom Forum" tytułem „TELEKOMUNIKACYJNA FIRMA ROKU 1999".

2 grudnia Telekomunikacja Polska S.A. przejęła zobowiązania wobec kredytu PTK Centertel w Europejskim Banku Inwestycyjnym oraz udzieliła pożyczki na rozwój sieci GSM 900/1800 w wysokości 207 mln euro.

6 grudnia liczba roamingów w sieci Idea przekroczyła 130 (w 72 krajach świata).

16 grudnia wręczenie PTK Centertel przez British Standard Institution certyfikatu zgodności z normą jakości ISO 9002 w zakresie obsługi klienta. Kopię certyfikatu przedstawiamy na stronie obok.

21 grudnia wręczono główne nagrody (samochody – VW Passat i Alfa Romeo) w promocyjnych loteriach dla Abonentów NMT („Taniej, lepiej, extra") i Idei („Idealna podróż").

23 grudnia-30 stycznia 2000 możliwość darmowego wysyłania SMS-ów w usłudze POP.

31 grudnia liczba Abonentów w sieci Idea osiągnęła 600.000 (w tym 150.000 w systemie POP), a w sieci Centertel (NMT 450i) – 180.000.

foto: archiwum Działu PR i Działu Promocji



Certificate of Registration

The British Standards Institution is incorporated by Royal Charter

Quality Management System

This is to certify that

PTK CENTERTEL SP. Z O.O.
UL PAŃSKA 57/61
00-830 WARSZAWA
POLAND

Hold Certificate No. FS 52843 and operate a quality management system which complies with the requirements of BS EN ISO 9002:1994 for the activities detailed in the scope of registration.

Signed on behalf of **BSI**

Originally registered 15 November 1999

This certificate does not expire. To check its validity telephone +44 (0) 181 996 9000



Accredited by the Dutch Accreditation Council - RvA







003

MC4281/SA/9903/DP

British Standards Institution,
389 Chiswick High Road, London W4 4AL.

This is not a legal document and cannot be used as such.

Nagrody w loterii „Taniej, lepiej, EXTRA"

6 grudnia 1999 r. odbyło się drugie losowanie nagród w loterii promocyjnej „Taniej, lepiej, Extra". Pula nagród składała się ze 100 aparatów Nokia 540 oraz nagrody głównej – samochodu osobowego Volkswagen Passat Variant.

Do udziału w drugiej edycji loterii promocyjnej „Taniej, lepiej, extra", byli uprawnieni wszyscy Abonenci sieci Centertel, którzy zdecydowali się na wybór taryfy Extra, i którzy nie mieli zaległości płatniczych względem PTK Centertel. Podobnie jak podczas pierwszego losowania, można było wygrać jeden ze stu telefonów komórkowych Nokia 540, a dodatkowo nagrodę główną – samochód osobowy Volkswagen Passat Variant.

Zgodnie z wymaganiami Ministerstwa Finansów, losowanie odbywało się w obecności notariusza i komisji nadzorującej. Według regulaminu, każdy Abonent, który wylosował nagrodę w pierwszej edycji loterii „Taniej, lepiej, extra", miał kolejną szansę na wygraną w edycji drugiej. Szczegółowe zasady loterii opisane są w Internecie na stronie „www.centertel.pl".

Wszyscy, którzy byli obecni na losowaniu, w napięciu oczekiwali na ogłoszenie informacji o zdobywcy nagrody głównej. Dzięki zastosowaniu komputerowej obróbki danych, natychmiast po wylosowaniu numeru można było podać informacje o zwycięzcy. Okazała się nią firma PEAB z Warszawy, działająca w branży budowlanej. Firma ta jest częścią międzynarodowego holdingu, od kilku lat prowadzącego działalność również w Polsce.

Zwycięzca został niezwłocznie poinformowany o wygranej. Uroczyste przekazanie samochodu odbyło się 21 grudnia 1999 r. w hotelu Jan III Sobieski w Warszawie.

Możliwość wzięcia udziału w losowaniu dotyczyła wyłącznie Abonen-





• Losowanie nagrody w obecności notariusza. Zdobywcę głównej nagrody wylosował Dyr. Marketingu PTK Centertel, Zbigniew Saniewski (na zdjęciu u góry).

tów taryfy Extra, i była to jedna z wielu korzyści, które daje oferta Extra w porównaniu ze standardową taryfą Super.

Już wkrótce Abonenci, którzy podpisali aneksy do Umowy o Świadczenie Usług i dokonali zmiany taryfy na taryfę Extra, będą mogli na specjalnych prawach przejść do sieci Idea o rozbudowanym, ogólnopolskim zasięgu. Obecnie klienci otrzymują listy z ofertą aktywacji Numeru GSM z przekierowaniem na obecnie użytkowany numer. Pozwoli to na płynne przejście z analogowej sieci Centertel w systemie NMT do cyfrowej, dwuzakresowej sieci GSM 900/1800. Abonenci sieci Centertel NMT mogą podpisywać stosowne aneksy do Umowy o Świadczenie Usług do 31 stycznia 2000 r. Będąc posiadaczem nowego, „bliźniaczego" Numeru GSM, można go podawać znajomym czy kontrahentom z informacją, że numer ten jest już aktywny (mimo, że sieć GSM 900/1800 ruszy od 1 marca).

Wszyscy Abonenci sieci Centertel, którzy nie podjęli jeszcze decyzji o przejściu z taryfy Super na Extra, a są zainteresowani korzyściami, wynikającymi z wybrania tańszej oferty Extra, mogą dokonać takiej zmiany w każdej chwili. Wystarczy podpisać wcześniej przesłany aneks (lub aneksy – w zależności od liczby posiadanych telefonów) i odesłać go w załączonej kopercie zwrotnej do PTK Centertel.

Serdecznie zapraszamy do korzystania z usług sieci Centertel.

Arkadiusz Pyrzak

• Hans LINDDERG, Prezes Zarządu firmy PEAB, odbiera nagrodę główną.





Telefony w drugiej edycji loterii „Taniej, lepiej, Extra" wylosowali:

90204041;	90267621;	90379662;	90611829;
90205837;	90285086;	90382751;	90612163;
90209100;	90290123;	90384961;	90613468;
90211354;	90291980;	90385201;	90616520;
90211633;	90292419;	90386371;	90616791;
90211860;	90295199;	90388348;	90617920;
90212074;	90295508;	90396365;	90621102;
90214397;	90298693;	90397015;	90623922;
90219584;	90299502;	90398147;	90630814;
90220295;	90304990;	90501895;	90632904;
90221015;	90326293;	90502607;	90639206;
90222365;	90327526;	90503072;	90642939;
90223009;	90330397;	90503719;	90645863;
90228377;	90330637;	90508242;	90659861;
90240015;	90337965;	90515990;	90666469;
90242492;	90338904;	90530425;	90667970;
90244664;	90340048;	90532340;	90668991;
90246107;	90341144;	90536220;	90672741;
90250635;	90351169;	90543091;	90674578;
90253833;	90354571;	90550012;	90674953;
90254441;	90364982;	90550585;	90680269;
90257783;	90364985;	90600328;	90681324;
90259771;	90364987;	90601098;	90688071;
90262821;	90367867;	90602010;	90688451;
90265156;	90375642;	90611064;	90695750.

W celu odebrania nagród prosimy o kontakt pod nr telefonu (0-22) 656 14 44 wew. 1239 (Arkadiusz Pyrzak)

Nagrody w loterii „Idealna podróż"

W dniu 10 grudnia 1999 r. odbyło się uroczyste losowanie nagrody głównej w zorganizowanej przez PTK Centertel loterii roamingowej „Idealna Podróż". Nagrodą główną w tym konkursie był luksusowy samochód osobowy Alfa Romeo 156.

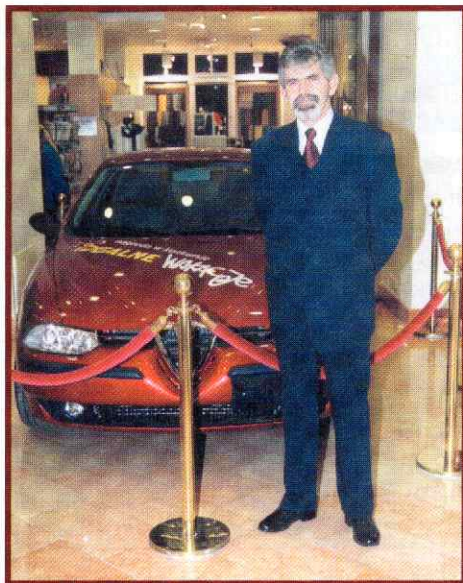


Dzięki usłudze roamingu, Abonenci sieci Idea mogą korzystać ze swoich telefonów już w 72 krajach na całym świecie. Aby uatrakcyjnić naszym Klientom wakacje i pobyt za granicą, postanowiliśmy zorganizować loterię, w której nagrodą był samochód Alfa Romeo 156.

Udział w konkursie pod hasłem „Idealna Podróż" wzięli wszyscy Abonenci Idei, którzy w terminie od 1 lipca do 30 września 1999 r. wykonali przynajmniej jedno płatne połączenie w roamingu. Każdy Abonent wziął udział w loterii tyle razy, ile połączeń wykonał za granicą. Przed losowaniem stworzony został specjalny raport, zawierający kilkaset tysięcy pozycji. Pozycje te odpowiadały wszystkim płatnym połączeniom roamingowym, zrealizowanym w ciągu 3 miesięcy trwania loterii.

Losowanie nagrody odbywało się w obecności notariusza, nad prawidłowym jego przebiegiem czuwała też trzyosobowa komisja. Zwycięski numer wylosował Dyrektor ds. Marketingu PTK Centertel, Zbigniew Saniewski.

Szczęśliwcem, który wykonał „to najważniejsze połączenie" i wygrał samochód Alfa Romeo 156, jest pan Tomasz Śliwiński z Warszawy. Pan Tomasz jest właścicielem firmy BOTOM, która akurat w tym roku obchodzi dziesięciolecie swojej działalności.





• Ceremonia przekazania nagrody p. Tomaszowi Śliwińskiemu.



Uroczyste przekazanie nagrody odbyło się w dniu 21 grudnia w hotelu Jan III Sobieski w Warszawie. Serdecznie gratulujemy wygranej!

roam

Umysły genialnych ludzi zmieniają świat. Pokazują, że istotę rozwoju stanowi nowa idea.
Nasza Idea to ciągle nowe pomysły, które Ty zmieniasz we własne idee.



żeby mieć ideę



Wysyłanie i odbieranie wiadomości SMS w aparatach GSM

Model aparatu	Odczyt SMS	Edycja/wysyłanie SMS
BOSCH 509	Naciśnij ▲, odszukaj menu Wiadomości (WYBÓR) → Otrzymane (OK) → przeglądanie wiadomości ⬍ i (WYBÓR)	Naciśnij ▲, odszukaj menu Wiadomości (WYBÓR) → Nowa wiad. (OK) → wpisz wiadomość (OK) → Wyślij wia... → wpisz numer (OK)
BOSCH 909	Naciśnij ▲, odszukaj menu Wiadomości (WYBÓR) → Otrzymane (OK) → przeglądanie wiadomości ⬍ i wybór (WYBÓR)	Naciśnij ▲, odszukaj menu Wiadomości (WYBÓR) → Nowa wiad. (OK) → wpisz wiadomość (OK) → Wyślij wia... → wpisz numer (OK)
ERICSSON PF 768	Wejdź do menu Poczta → Odczyt Wiadomości → (YES)	Wejdź do menu Poczta (YES) → wybierz Wysyłanie wiadomości (YES) → wybierz Nowa ✉ (YES) → wpisz wiadomość (YES) → wpisz Numer: (YES)
ERICSSON PH 388	Wejdź do menu Poczta (YES) → wybierz Odczyt wiadomości (YES)	Wejdź do menu Poczta (YES) → wybierz Wysyłanie wiadomości (YES) → wybierz Nowa (YES) → wpisz wiadomość (YES) → Podaj nr: (YES)
ERICSSON S 868	Wejdź do menu Poczta (YES) → odszukaj Odczyt wiadomości (YES)	Wejdź do menu Poczta (YES) → wybierz Wysyłanie wiadomości (YES) → Nowa (YES) → wpisz wiadomość (YES) → Czy żądasz odpowiedzi? (YES/NO) → pojawi się WYSYŁANIE WIADOMOŚCI Podaj nr: → wpisz Numer: (YES)
ERICSSON SH 888	Wejdź do menu Poczta (YES) → odszukaj Odczyt wiadomości (YES)	Wejdź do menu Poczta (YES) → wybierz Wysyłanie wiadomości (YES) → Nowa (YES) → wpisz wiadomość (YES) → Czy żądasz odpowiedzi? (YES/NO) → pojawi się WYSYŁANIE WIADOMOŚCI Podaj nr: → wpisz Numer: (YES)
Motorola 8900 Motorola c160 Motorola c170 Motorola c520 Motorola cd160 Motorola cd920 Motorola L7089 Motorola M3188 Motorola M3688 Motorola V3688 Motorola StarTAC	Naciśnij klawisz Menu → wejdź do menu Komunikaty (OK) → Odebrane wiadomosci (OK)	Naciśnij klawisz Menu → wejdź do menu Komunikaty (OK) → Edytor komunikatow (OK) → wpisz wiadomość (OK) → Wyslij komunikat (OK) → Podaj numer (OK)
NOKIA 3210	Naciśnij klawisz Navikey → Wiadomości → Skrzynka odbiorcza → Odczyt	Wejdź do menu Wiadomości → wybierz Wpisz wiadomości → po wpisaniu wiadomości naciśnij klawisz Navi-Key Opcje i wybierz Wyślij (OK) → Podaj numer: (OK)
NOKIA 5130	Naciśnij klawisz Navi-Key → Odczyt lub w menu Wiadomości (2) wybierz podmenu Skrzynka odbiorcza (1) → Odczyt	Wejdź do menu Wiadomości (2) → wybierz Wpisz wiadomości (3) → po wpisaniu wiadomości naciśnij klawisz Navi-Key Opcje i wybierz Wyślij (OK) → Podaj numer: (OK)
NOKIA 6130	Naciśnij klawisz dialogowy Odczyt lub w menu Wiadomości (1) wybierz Skrzynka odbiorcza → Odczyt	Wejdź do menu Wiadomości (1) → wybierz Wpisz wiadomości (1-3) → po wpisaniu wiadomości naciśnij klawisz dialogowy Opcje i wybierz Wyślij (OK) → Podaj numer: (OK)
NOKIA 6150	Naciśnij klawisz dialogowy Odczyt lub w menu Wiadomości (1) wybierz Skrzynka odbiorcza → Odczyt	Wejdź do menu Wiadomości (1) → wybierz Wpisz wiadomości (1-3) → po wpisaniu wiadomości naciśnij klawisz dialogowy Opcje i wybierz Wyślij (OK) → Podaj numer: (OK)
NOKIA 8148i	Wejdź do menu Wiadomości (2) → Odczytaj wiadomości (2-2)	Wejdź do menu Wiadomości (2) → wybierz Wpisz wiadomości (2-3) → naciśnij Opcja → wybierz Wyślij (OK) → Podaj numer: (OK)
NOKIA 9000i	Naciśnij klawisz dialogowy Read lub w module komunikatora wybierz View	Tylko w module komunikatora!!! Wybierz klawisz SMS → po prawej stronie wybierz Write message (napisz wiadomość) → wpisz wiadomość → wybierz Recipient (odbiorca), a następnie Enter number: (wpisz numer) (OK) → Send (wyślij)
NORTEL 1822	Wejdź do menu Wiadomości (4) → Czytaj (1) (OK)	Wejdź do menu Wiadomości (4) → wybierz Napisz (2) → wybierz Nowa lub Szablony (OK) → wpisz wiadomość → naciśnij OPCJA → wybierz Wyślij (OK) → wpisz numer Do: (OK)
SAGEM DC 715	Wejdź do menu WIADOM. (2) → wybierz opcję ODCZ. WIAD (OK)	Wejdź do menu WIADOM. (2) (OK) → naciśnij NAD. WIAD. → wybierz NOWA WIAD. (1) lub ZAPISANA (2) (OK) → wpisz wiadomość (OK) → pojawi się WIAD NADAWANIE (OK) → pojawi się ADRESAT (wpisz numer odbiorcy) (OK)
SIEMENS C25	Wejdź do menu Wiad.tekstowe → naciśnij Wybór → odszukaj wiadomość → Opcje → Czytaj wpis	Wejdź do menu Wiad.tekstowe → naciśnij Wybór → wybierz opcję Utwórz nową wiadom → potwierdź Wybór → wpisz wiadomość → naciśnij (OK) → pojawi się Koniec wprowadzania? (Tak) → Wyślij do: wpisz numer (OK)
SIEMENS S6 Power	Wejdź do menu POCZTA → wybierz opcję wiad → potwierdź WYBÓR → wybierz daną wiadomość i potwierdź WYBÓR	Wejdź do menu POCZTA → wybierz opcję wyślij tekst → naciśnij WYBÓR → wybierz nowa wiadomość → wpisz wiadomość → naciśnij ➤➤ → pojawi się koniec wprowadz? → naciśnij (OK) → pojawi się Wysłano do: proszę wpisać → wpisz numer odbiorcy (OK) → naciśnij wyślij
SIEMENS S8	Wejdź do menu POCZTA → wybierz opcję wiad → potwierdź WYBÓR → wybierz daną wiadomość i potwierdź WYBÓR	Wejdź do menu POCZTA → wybierz opcję wyślij tekst → naciśnij WYBÓR → wybierz nowa wiadomość → wpisz wiadomość → naciśnij ➤➤ → pojawi się koniec wprowadz? → naciśnij (OK) → pojawi się Wysłano do: proszę wpisać → wpisz numer odbiorcy (OK) → naciśnij wyślij
SIEMENS S11	Wejdź do menu Wiadomości → naciśnij Wybór → wybierz opcję Wiad. tekstowa → potwierdź Wybór → wybierz daną wiadomość i potwierdź Wybór	Wejdź do menu Wiadomości → naciśnij Wybór → wybierz opcję Wiad. Tekstowa → potwierdź Wybór → wybierz nowa wiadomość → wpisz wiadomość (OK) → pojawi się Wysłano do: Proszę wpisać wpisz numer odbiorcy (OK) → naciśnij wyślij

Nowe serwisy informacyjne SMS



ABY AKTYWOWAĆ NOWĄ USŁUGĘ:

wyślij jednorazowo SMS'a* z odpowiednią

komendą aktywacyjną na numer 777.

Pakiet INFORMACJE • SMS

wydarzenia, sport, kalendarium

komenda aktywacji →

Pakiet IMIENINY • SMS

imieniny na dzień bieżący i następny

komenda aktywacji →

Pakiet POGODA • SMS

pogoda na dzień dzisiejszy i na następny

komenda aktywacji →

Pakiet INFORMACJE DLA KIEROWCÓW • SMS

info o ruchu drogowym, kolejki na przejściach granicznych

komenda aktywacji →

Pakiet PROGRAM TV I CIEKAWOSTKI • SMS

ciekawe programy TV, ciekawostki, cytat dnia

komenda aktywacji →

Pakiet GIELDA • SMS

tendencje giełdowe, statystyka, wskaźniki giełdowe, średni kurs NBP i zmiana % w stosunku do poprzedniego dnia

komenda aktywacji →





Każdy pakiet informacyjny jedynie 5 PLN brutto / miesięcznie

- Informacje przesyłane są o określonej godzinie w formie krótkich wiadomości tekstowych SMS
- Za treść przesyłanych komunikatów wyłączną odpowiedzialność ponosi PAP S.A.

* w telefonie powinno być ustawione Centrum Wysyłania Wiadomości (SMSC): +48501200777

Szczegółowe informacje w Biurze Obsługi Klienta pod numerem *22 lub stacjonarny: (0-22) 634-29-80, na stronie http://www.idea.centertel.pl oraz w serwisie głosowo-faksowym SMS pod numerem 501 277 277

„Orange Tour" grupy „be"

Szarość tegorocznej jesieni rozjaśniła trasa koncertowa niemieckiej grupy „be". Na przełomie listopada i grudnia zespół rozgrzewał publiczność na koncertach w ośmiu miastach Polski.



Zespół „be" powstał w 1993 r. w Hanowerze nieco przypadkowo. Gdy do jednego z klubów nie dojechała mająca tam koncertować grupa, organizatorzy występu – próbując ratować sytuację – wpadli na pomysł zaaranżowania jam session. Na scenę zaproszono przypadkowych muzyków, którzy całą sytuację skomentowali tak: jeżeli nie dojecha-



ła na koncert grupa „A", to wystąpi zamiast niej zespół „B" (czyli po prostu „be").

Zespół w składzie dobranym „przez los" okazał się być bardzo dobrze zgrany, a nazwa „be", mająca wiele uniwersalnych znaczeń, stała się inspiracją dla wielu tekstów piosenek. Momentem przełomowym w karierze zespołu stał się rok 1994, kiedy to utworem „Be Watcha Wanna Be" grupa wygrała duży konkurs radiowy, a w czasie występów jej członkowie zwrócili na siebie uwagę wytwórni EMI. Wtedy to właśnie muzycy „be" stanęli przed szekspirowskim dylematem: „To Be Or Not To Be". Decyzja o tym, aby starać się wypłynąć na szersze wody, zapadła bardzo szybko. Grupa przygotowała utwory na swą pierwszą płytę „Bold".

Kompozycja „Black Rain" z debiutanckiego albumu stała się olbrzymim przebojem MTV. Muzycy z grupy „be" zaczęli występować na największych europejskich festiwalach u boku takich sław, jak Dawid Bowie, Prodigy, Rage Against The Machine i Apollo 440. Zespół gościł wtedy również w Polsce. W 1996 r. wystąpił jako jedna z gwiazd festiwalu „Odjazdy" w Katowicach. Chłopcy z „be" zagrali koncerty w „Ground Zero", w klubie „Wolność FM" oraz podczas rozdania nagród Popcorn-u w Sali Kongresowej PKiN.

„Be" występowali w następującym składzie:

Gregor Blumental – wokalista,
Sascha Schmidt – instrumenty perkusyjne, przeszkadzajki,
Malte Hagemeister – gitara,
Daniel Simon – gitara basowa,
Florian Scheffler – trąbka, instrumenty klawiszowe
oraz gościnnie:
Samon Kawamura – najprawdziwszy skreczujący Japończyk
Andie Linkert – perkusja

Rok 1997 przyniósł grupie nominację do nagród VIVA Comet w kategorii „Best Newcomer", a wideoklipy do „Black



Rain" oraz „20 Something" zostały wyróżnione przez MTV. Najnowszy album, zatytułowany „Orange", zawiera niepowtarzalną mieszankę muzyki soul, hip-hop, jazzu i rocka. Pierwszy utwór z tej płyty – „By My Side" – od razu stał się przebojem. Błyskawiczny sukces krążka stał się powodem ponownego zaproszenia grupy na występy w Polsce.

Trasa koncertowa „Orange Tour" grupy „be" była w całości sponsorowana przez Ideę Centertel przy współpracy z RMF FM i Gazetą Wyborczą. Promotorem zespołu była Agencja Koncertowa Jamboree. Specjalnie na tę okazję do zespołu dołączyło dwóch muzyków. Pierwszy z serii koncertów odbył się 24 listopada w poznańskim klubie Eskulap. Ten występ i wszystkie następne poprzedzone były konkursem, prowadzonym przez autorów programu „Lalamido". Na najlepszych uczestników czekało wiele atrakcyjnych nagród, ufundowanych przez Ideę Centertel. Równocześnie w radio RMF FM na słuchaczy czekały do wylosowania zestawy POP.

Brawurowe wykonania „Black Rain", „By My Side" i „Morning Calls" wprost rozpalały publiczność. Już po pierwszym koncercie wszyscy obecni mogli się przekonać, że muzycy z „be" potrafią grać na żywo równie dobrze, jak podczas sesji studyjnych. Następnie artyści zagrali we Wrocławiu w klubie „Milenium", a dzień później na wyjątkowym koncercie w Krakowie w legendarnym Klubie Plastyków „Dwa Pstrągi". W Katowicach, Lublinie, Warszawie, Bydgoszczy i w czasie wielkiego finału w Gdańsku



muzycy utrzymali ten sam fantastyczny nastrój.

Chłopcy z „be" zaskoczyli wszystkich perfekcyjnym wykonawstwem oraz dramaturgią koncertów. Przy okazji udowodnili, że są w stanie nawiązać niesamowity kontakt z publicznością. Ich muzyka prowokuje do tańca i żywiołowych reakcji.

Marek Bujakowski

Nowe roamingi

RPA



Vodacom
GSM 900

Roaming od: 10.12.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 655 01; VODA
Telefony: 111, 082 111, +27 21 419 4339 (BOK); 110 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 1,63
Rozmowy do Polski: 6,15

Seszele



Telecom Seychelles – Airtel
GSM 900

Roaming od: 3.12.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 633 10; AIRTEL
Telefony: 125, 600 600, +248 600 600 (BOK)
Rozmowy w kraju: 2,94 (1,90) wewnątrz sieci i z innymi sieciami komórkowymi; 3,35 (2,32) z siecią stacjonarną
Rozmowy do Polski: 5,38

Stany Zjednoczone



Western Wireless – Voicestream
GSM 1900 (PCS)

Roaming od: 6.12.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 310 26 (oraz numeracja od 20 do 25); VOICESTREAM
Telefony: 611, + +1 800 937 8997 (BOK)
Rozmowy w kraju: 2,59 (1,26)
Rozmowy do Polski: 8,70 (6,98)

* *W sieci Voicestream stawka podatku zależy od stanu (od 1% do 16%). Podane opłaty dotyczą Waszyngtonu (16% podatku). Stawki za połączenia międzynarodowe zależą od aktualnego wyboru operatora sieci stacjonarnej. Sieć Voicestream ma zasięg w aglomeracjach: Portland, Cheyenne, Santa Fe, Nashville.*

Węgry



Vodafone – Primatel
GSM 1800

Roaming od: 3.12.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 216 70; PRIMATEL
Telefony: 1270, 0670 700 1270, +36 70 700 1270 (BOK); 198 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 1,27 (0,63)
Rozmowy do Polski: 3,41

Ceny podane w nawiasach dotyczą połączeń w godzinach poza szczytem. Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu – 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerami bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.centertel.pl; plik w formacie MS Excel).

Roaming w Idei – sukcesy roku 1999

Usługa roamingu międzynarodowego pozwala Abonentom obu sieci PTK Centertel dzwonić do swoich bliskich z różnych stron świata. Z myślą o tych Klientach cyfrowa Idea zwiększa swój zasięg roamingowy, podpisując odpowiednie umowy z wciąż nowymi partnerami.

Ideę łączą już wzajemne umowy z operatorami sieci w krajach często odwiedzanych w czasie wakacji letnich i ferii zimowych (Austria, Czechy, Włochy – tam pojawiły się nowe sieci GSM 1800), jak i w krajach bardziej egzotycznych (Kuwejt, Republika Południowej Afryki, Seszele, Tunezja, Tanzania). W ciągu ostatniego roku uruchomiliśmy roaming z operatorami amerykańskimi oraz kanadyjskimi (w standardzie GSM 1900). Od lutego działa też dwustronny roaming z siecią satelitarną Iridium. Nawiązujemy kontakty z nowymi sieciami GSM 900, zarówno w Europie, jak i na innych kontynentach (MDC – Białoruś, Vodafone – Węgry). Do naszych sukcesów zaliczamy także coraz większy zasięg w Rosji (Kaliningrad, Krasnodar, Soczi).

W roku 1999 sieć Idea prawie podwoiła ilość komercyjnie uruchomionych roamingów (z 80 pod koniec 1998 r.) Obecnie podpisanych umów jest już ponad 150. Takie tempo rozwoju roamingu międzynarodowego nie jest często spotykane w świecie operatorów GSM. Należy podkreślić, że obecny wynik (132 komercyjnie działające roamingi w 72 krajach – stan na dzień 21.12.1999 r.) Idea osiągnęła w ciągu 1,5 roku, co stanowi swoisty rekord. Konkurencyjne sieci w Polsce na podobne wyniki „pracowały" przez prawie 3 lata.

MOTOROLA
Telefony komórkowe

Biuro Obsługi Klienta
0-800 500 100 lub (22) 638 41 26
Motorola Polska Sp. z o.o.,
00-981 Warszawa 91, Skrytka pocztowa 93
http://www.motorola.pl/csg/

90... ...501

*555 – informacja o numerze

Od 1 grudnia 1999 r. dla Abonentów Idei został uruchomiony nowy serwis z informacją o numerze abonenckim. Dotychczas z numeru informacyjnego *555 mogli korzystać tylko użytkownicy usługi POP. Informacja o własnym „ideowym" numerze telefonu jest odczytywana w trzech językach: polskim, angielskim i niemieckim. Połączenia pod numer *555 są bezpłatne.

Bezpłatne SMS-y w usłudze POP

Od grudnia 1999 r. Użytkownicy bezabonamentowej usługi POP w sieci Idea mogą wysyłać wiadomości tekstowe SMS (dotychczas było możliwe jedynie ich odbieranie). Dodatkowo, w ramach promocji, od 23 grudnia 1999 r. do końca stycznia 2000 r. każdy Użytkownik POP może wysyłać SMS-y BEZPŁATNIE (jednak dostęp do usługi może być w tym czasie czasowo ograniczony). Od 1 lutego 2000 r. usługa ta będzie płatna – opłata za każdą wiadomość wyniesie 0,33 zł netto (0,40 zł brutto).

Jednocześnie pierwsze wysłanie lub przyjęcie wiadomości tekstowej SMS oznaczać będzie włączenie się użytkownika do sieci i zawarcie umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych.

POPkarta o wartości 20 zł

POPkarta o tej wartości dostępna będzie w sprzedaży od 3 stycznia 2000 r. Nowa karta nie przedłuża limitu czasu połączeń. Łącznie w ofercie POP dostępne będą trzy rodzaje POPkart:

- POPkarta o wartości 20 zł w cenie 20 zł, która nie przedłuża limitu czasu połączeń,
- POPkarta o wartości 50 zł w cenie 50 zł, która umożliwia zwiększenie/odnowienie limitu na 3 miesiące dla rozmów wychodzących oraz o 12 miesięcy dla rozmów przychodzących,
- POPkarta o wartości 120 zł w cenie 100 zł, która umożliwia zwiększenie/odnowienie limitu o 5 miesięcy dla rozmów wychodzących oraz o 12 miesięcy dla rozmów przychodzących.

Jednocześnie przedłużony zostaje termin ważności pierwszej partii POPkart o nominale 50 zł (seria AC). Termin ważności wydrukowany na rewersie tych kart to 31.12.1999 (obecnie – 30.06.2000).

Nowy prefiks „0-502"

Od początku roku w sieci Idea będą aktywowane karty SIM z numerami zaczynającymi się na „502". ■

Informacje o funkcjach SMS

Od 1 września 1999 r. pod numerem **501 277 277** dostępny jest nowy automatyczny serwis głosowo-faksowy o funkcjach SMS. Ma on następującą strukturę:

Komenda	Opis
*1	Powrót do głównego menu
*2	Przekierowanie do konsultanta Informacji Handlowej PTK Centertel
*1 10	Krótkie wiadomości SMS w sieci Idea
*1 20	Wysyłanie SMS-ów
*1 30	Odbieranie SMS-ów
*1 40	Dlaczego warto czytać SMS-y; korzyści wynikające z funkcji SMS
*1 50	Serwisy informacyjne oparte o SMS
*1 51	Serwisy PAP
*1 52	Serwis „Kursy walut Pekao S.A."
*1 53	Serwis LOTTO-SMS
*1 60	Wysyłanie SMS-ów do Internetu
*1 70	Usługa Internet-SMS i Idea-Email
*1 80	Cennik dotyczący SMS-ów i serwisów opartych na SMS

Połączenia pod numer 501 277 277 taryfikowane są według wybranego planu taryfowego (Abonentom Idei połączenia te wliczają się do pakietu bezpłatnych minut połączeń).

Idealny zasięg...



Na dwie ręce

Teraz możesz osobiście się przekonać, jaki wykręciliśmy Ci numer.
Jeśli posiadasz dwa aktywne telefony (**IDEA** i **CENTERTEL**) proponujemy Ci wykupienie usługi - **„Numer Osobisty"**. Dzięki niemu, będziesz w zasięgu dwóch sieci, pod jednym numerem **IDEA**.
Połączenie przychodzące pod Twój **Numer Osobisty** (**IDEA**) zostanie bezpłatnie przekazane na Twój telefon **IDEA** lub **CENTERTEL** - w zależności od sieci, w zasięgu której się znajdujesz.
Jeśli nie odbierzesz połączenia lub jesteś poza zasięgiem obu sieci, rozmowa zostanie przekazana na Twoją pocztę głosowa **IDEA**.
Pozostawione wiadomości możesz odsłuchać zarówno z telefonu **IDEA** (bezpłatnie pod numeren *501), jak i z telefonu **CENTERTEL** - wystarczy zadzwonić pod numer 501 501 501 i podać swój numer osobisty.

1000 spraw. Jedna IDEA

Bezpłatna Infolinia 0-800 123456, www.idea.centertel.pl
Serwis głosowo-faksowy SMS: 501 277 277

Teraz wystarczy
ruszyć głową i ...palcami.

Prymitywny i inspirujący

Ostatni taki wiek

Mijający wiek zwykło się nazywać atomowym. Równie dobrze jednak można mówić o nim jako o wieku hamburgerów, opiekaczy, pigułek antykoncepcyjnych lub minispódniczek. To wszystko wynaleziono bowiem w tym stuleciu. A nic tak jak przedmioty, których używamy codziennie, nie wpływa bardziej na nasze życie.



W PORÓWNANIU z dzisiejszym, życie za czasów naszych przodków toczyło się w leniwym tempie. Ludzie żyli na pewno mniej komfortowo, ale za to znacznie spokojniej i skupiali się przede wszystkim na swoim otoczeniu. Do chwili, gdy powstały pierwsze stacje radiowe i telewizyjne, na bieżąco przekazujące informacje. Dzięki nim śledzimy wydarzenia z całego świata i, chcąc nie chcąc, uczestniczymy w nich jako świadkowie rozgrywającej się na naszych oczach, historii. Zdajemy sobie sprawę, że na wszystko przychodzi odpowiedni czas, a każda nowa rzecz jest zarówno wynikiem rozwoju, jak i do dalszego rozwoju prowadzi.

WYNALEZIONY zaledwie kilkadziesiąt lat temu komputer, w przeciągu ćwierć wieku z rozmiarów ogromnej szafy skurczył się do wielkości notesu. Nie budzi już sensacji a raczej refleksję, skoro w pierwszym rzędzie został wykorzystany przez wojsko. Podobnie niepokojącymi wynalazkami tego wieku są samochód, czołg, samolot, rakieta kosmiczna. Rodzice Neila Armstronga i Edwina Aldrina nawet w najśmielszych marzeniach nie przypuszczali, że ich synowie, jako pierwsi ludzie na świecie, postawią stopy na księżycu (21 lipca 1969). Paradoksalnie, stało się to możliwe dzięki temu, że atomowe mocarstwa zdecydowały się przenieść swoją zbrojeniową rywalizację właśnie w kosmos. Od tamtej pory, stworzone przez ludzi maszyny otarły się o najbardziej odległe planety naszego układu. Przezwyciężyły nawet grawitację i, lecąc z prędkością 20 km/s, przepadły w międzygalaktycznych przestrzeniach. W ciągu niespełna stu lat przyspieszyliśmy 86 400 razy. Czy było warto? Na to pytanie odpowie zapewne następne stulecie.



Małe co nieco

NIE BĘDZIE przesadą stwierdzenie, że bez względu na rasę, wiek, pozycję społeczną, miliony mieszkańców kuli ziemskiej z przyjemnością objadają się... hamburgerami. „Papierowe żarcie" zastępuje ludziom śniadania, obiady i kolacje. To jedna z konsekwencji szalonego rozwoju cywilizacji. Pierwsze hamburgery pojawiły się w maleńkim barze „Louis Lunch", w miejscowości o nomen omen proroczej nazwie – New Heaven (Connecticut). Sprzedawał je niejaki Louis Lassen. Od współczesnych posiłek ów różnił się tym, że zamiast w bułce, kotlet wołowy podawany był (i nadal jest, bo bar ponoć istnieje) na dwóch grzankach. Lassen własnoręcznie kroił chleb i przyrządzał to niewymyślne danie. Nie używał jednak opiekacza, bo urządzenie samoczynnie wyrzucające kromki po ustalonym czasie pojawiło się w 1918 roku, za sprawą Charlesa Strite'a. Następcy Lassena chętnie korzystali z wynalazku Ottona Rohweddera – maszyny do krojenia chleba. Piekarnia, która jako pierwsza wprowadziła do sprzedaży pokrojone i szczelnie zapakowane bochenki, powstała w 1925 r. w Nowym Jorku. Kilka lat później tylko jeden z pięciu klientów wybierał chleb niekrojony. W latach czterdziestych nastąpił przełom w produkcji folii do żywności. W 1941 r. do amerykańskich sklepów spożywczych trafiło porcjowane mięso, zapakowane w celofan, a sześć lat później rozpoczęto sprzedaż folii aluminiowej.

TWÓRCA hamburgerów popełnił poważny błąd – nie opatentował nazwy. W 1921 r. Walter Anderson otworzył w Wichita (Kansas) pierwszy z sieci barów o nazwie „White Castle Hamburger". W przeciągu zaledwie dwudziestu lat działało w Stanach 100 podobnych punktów sprzedaży. Obsługa nosiła podobne stroje, a dania na wynos wkładano w identyczne opakowania. Pierwszy z najbardziej popularnych na

świecie barów McDonald's, bracia Richard i Marice otworzyli w Kalifornii w 1948 r. Ich samoobsługowy lokalik przy E.Street, gdzie za pół dolara można było całkiem solidnie zjeść (hamburger, frytki i napój), cieszył się takim powodzeniem, że zastrzegli nazwę baru i pięć lat później sprzedali licencję. Dla nowego właściciela – Raymonda Kroca – był to interes życia. Dzisiaj, chociaż ceny dań znacznie wzrosły, bary McDonald's należą do najchętniej i najczęściej odwiedzanych jadłodajni przydrożnych.

MOŻNA je spotkać także w centrach handlowych, o których na początku wieku nikt jeszcze nawet nie pomyślał. Wcześniej działały tylko duże domy towarowe, jak np. Gimbel w Filadelfii, gdzie już w 1900 r. zainstalowano pierwsze schody ruchome. Wprawdzie pierwsze sklepy samoobsługowe otwarto w 1912 r. w Kalifornii, jednak należności za włożone do kosza produkty regulowano przy ladzie, a nie w kasach, ustawionych przy wydzielonych stanowiskach. Kasy zainstalowano dopiero cztery lata później, w sklepie „Piggly Wigly" w Memphis. Na wózek, zastępujący koszyk, do którego wkłada się zakupy, klienci sklepów musieli poczekać jeszcze równo ćwierć wieku.

PIERWSZE duże centrum handlowe wybudowano na powierzchni 18 hektarów w 1923 r. w Kansas City. Kompleks ten mieścił aż 150 sklepów. Do dyspozycji klientów oddano parking samochodowy na 5,5 tysiąca miejsc. Nikt wtedy nie myślał jeszcze o pobieraniu opłat parkingowych i ustawianiu parkometrów. Pierwszych 150 takich urządzeń pojawiło się na ulicach Oklahoma City w lipcu 1935 r. Niewiele osób pamięta, że do Polski parkometry trafiły pod koniec lat siedemdziesiątych. Zamontowano je na parkingu przy zbiegu ulicy Brackiej i al. Jerozolimskich w Warszawie. Niestety, nie zdały egzaminu.

REKLAMY świetlne i neony zaprezentowano w 1910 r. na wystawie... silników w Paryżu. Miały być one alternatywą dla nietrwałych żarówek. Na pomysł wykorzystywania tego wynalazku w reklamie wpadła agencja Paz et Silva. Nabyła do nich prawa i w ciągu dwóch lat zamontowała w Paryżu 140 neonowych reklam. Na początku lat dwudziestych reklamy świetlne trafiły do Stanów Zjednoczonych, jednak prawdziwa ich kariera rozpoczęła się kilkanaście lat później.



W PIERWSZYM centrum handlowym produkty pakowano w elegancki papier. Później wprowadzono duże, papierowe torby. Powodem nie była niestety dbałość o ochronę środowiska, ale fakt, że popularne dziś „reklamówki" William Hamilton wymyślił dopiero w 1960 r. W tym samym czasie w puszkach do piwa zaczęto montować otwierane wieczka. Dotąd otwierano je jak konserwy.

NAPOJE przechowywane w puszkach nie dorównują smakiem napojom z butelek, ale mają tę przewagę, że można je sprzedawać z automatów. Pierwszy automat zainstalowała filadelfijska firma Horn and Hardart Banking w 1902 r. Po wrzuceniu monety otwierała się przegródka z wybranym artykułem spożywczym. Podobne urządzenia do dziś stoją w barach samoobsługowych. Do kupionej w automacie kanapki można sobie zamówić herbatę ekspresową. Saszetkę z herbatą wymyślił Thomas Sullivan 95 lat temu.

W LATACH dwudziestych Amerykanie Seabrook i Birdseye zaczęli opracowywać technologię zamrażania produktów spożywczych. Po pięciu latach pracy osiągnęli sukces – pierwsze mrożonki trafiły do sprzedaży. Technologię zamrażania płynów dopracowano jednak dopiero dwadzieścia lat później. Amerykanom zawdzięczamy również mleko homogenizowane o przedłużonej trwałości (1927 r.) oraz lody z automatu. W tym samym okresie Francuzi wymyślili jogurt owocowy, a Niemcy białą czekoladę i kawę rozpuszczalną.

POD KONIEC lat pięćdziesiątych zaczęto promować kulturę zdrowego żywienia. Mięso zastępowano soją, a cukier słodzikiem wytwarzanym z sacharyny. Tzw. cyklamat osłodził wyprodukowaną w 1962 r. Diet Rite Cola. Później zastąpił go Nutrasweet.

W LATACH siedemdziesiątych z opakowań zaczęły znikać ceny. W ich miejsce pojawiły się kody kreskowe. Zastosowanie tego rozwiązania przyspieszyło sprzedaż i zmodyfikowało system informacji o zapasach magazynowych oraz księgowość.

Pomoc domowa

W 1901 r. Brytyjczyk Hubert Booth wynalazł odkurzacz. Było to pierwsze w tym wieku urządzenie, które ułatwiło prace domowe. Początkowo odkurzacze miały ogromne rozmiary, dlatego nie cieszyły się popularnością. Jednak wraz z unowocześnianiem konstrukcji, coraz więcej gospodyń domowych decydowało się na ich zakup. Również pierwsze lodówki odstraszały monstrualnymi rozmiarami. Gdyby nie duża powierzchnia mieszkań potencjalnych nabywców (1913 r.), wynalazek pozostałby w pracowni konstruktorów. Amerykańska lodówka „Domelere" kosztowała stosunkowo niewiele, gdyż składała się z kredensu i sprężarki. Za to jej niemiecki odpowiednik, wykonany ze zdobionych kafli, kosztował tyle, co dom. Nic dziwnego, że nie znalazł wielu nabywców.

W TYM samym czasie kobiety zaczęły korzystać ze zmywarek do naczyń „Brillio", sprzedawanych za 250 dolarów. Mimo wysokiej ceny, produkt przyjął się znakomicie. Nieco wcześniej (1907 r.) pojawiły się na rynku pierwsze elektryczne pralki – „Maytag" i „Thor", także rodem z Ameryki.



PRZEŁOMEM w produkcji urządzeń, wykorzystywanych w gospodarstwach domowych, było wynalezienie bakelitu. Technologię produkcji tego sztucznego tworzywa



opracował Belg Leo Beakeland w 1909 r. Ponieważ bakelit nie odkształcał się pod wpływem ciepła, można w nim było przechowywać gorące ciecze i stosować jako obudowę do szybko nagrzewających się urządzeń. Sprawdził się też jako doskonały izolator. Bez tego wynalazku nie opracowanoby technologii produkcji innego tworzywa sztucznego – polietylenu. Stało się to udziałem brytyjskiej korporacji Imperial Chemical (1935 r.). Wykorzystywany początkowo wyłącznie do powlekania kabli elektrycznych, po wojnie polietylen stał się podstawowym tworzywem do wyrobu artykułów gospodarstwa domowego. Teflon, który wynaleziono trzy lata po polietylenie, równą mu popularność zyskał w 1956 r., kiedy użyto go w produkcji naczyń kuchennych. Naczynia teflonowe pozwalały smażyć bez użycia tłuszczu.

KOLEJNYM wynalazkiem, który ułatwił pracę w kuchni, była kuchenka mikrofalowa (1945 r.). Do sprzedaży trafiła pod nazwą „Radar Range". Ta ważąca 340 kg szafa w cenie samochodu osobowego nie zrobiła furory na rynku. Kupowały ją wyłącznie duże restauracje i stołówki. Trzeba było dziesięciu lat, by kuchenki mikrofalowe zmiejszyły się do rozmiarów kuchenek gazowych, a ich cena spadła do 1250 dolarów. W roku 1967 firma Amana Refridgeration wypuściła model kuchenki, którą można było postawić na stole. Nowy produkt zrobił karierę w Ameryce i Japonii, a potem na całym świecie.

INNYM przebojem w branży artykułów gospodarstwa domowego okazał się robot kuchenny, wynaleziony przez brytyjski Kenwood. W zestawie narzędzi znalazły się: tłuczek, otwieracz do konserw, krajalnica, mikser, sokowirówka, maszynka do mięsa, maszynka do makaronu i szatkownica. Robot był całkowicie bezpieczny – działał bez użycia prądu.

W POŁOWIE lat siedemdziesiątych wymyślono baterię fotowoltową, która przetwarzała światło słoneczne w energię elektryczną. Maleńkie baterie zasilały początkowo kalkulatory i zegarki elektroniczne. Po jakimś czasie znalazły szersze zastosowanie, m.in. do napędu samochodów, a nawet samolotów (Solar Challenger, 1980 r.). Kilka lat później baterie te trafiły na dachy domów, by służyć jako alternatywne źródło energii.

OD STULECI wynalazcy głowili się, jak ułatwić ludziom życie. Pojawiały się nowe urządzenia i artykuły. W wyniku tego, gospodarstwa domowe zaczęły produkować więcej odpadów. Wyrzucane gdziekolwiek, zanieczyszczały miasta, przydrożne rowy, parki i lasy. Początkowo śmieci wywożono zaprzęgami, później ciężarówkami. Jednocześnie wysypiska umiejscawiano coraz dalej od rozbudowujących się miast. Powstał problem efektywnego wywozu śmieci. Kwestię tę rozwiązały specjalne kontenery, które wprowadzono do użytku w 1922 r. Zdejmowane w całości z wozu, skróciły długi proces przerzucania odpadów. Załadunek pełnego kontenera zajmował kilka minut. W Europie pomysł ten upowszechnił się jednak dopiero ćwierć wieku temu.

Pamiątki z celulozy

TUŻ PRZED świętami Bożego Narodzenia roku 1900 firma Eastman Kodak sprawiła niespodziankę amatorom fotografii. Wprowadziła bowiem do sprzedaży aparat fotograficzny, który pozwalał wykonać kolejno aż 6 zdjęć. 25 lat później Leitz – niemiecki konkurent Kodaka – wypuścił na rynek aparat z regulowaną migawką i nastawianym na różne odległości obiektywem. W 1930 r. w Niemczech pojawiła się lampa błyskowa, a dwa lata później, w Ameryce – polaroid.

ZNANY z osiągnięć w dziedzinie fotografii Kodak, zaczął eksperymentować z technikami filmowymi. Pierwsze na rynku kamery 16 mm, 8 mm i projektory pojawiły się sygnowane marką tej firmy. W 1935 r. w kodakowskim systemie Technicolor nakręcono pierwszy film fabularny.

KONKURENCJĄ dla fotografii i filmu okazała się telewizja. Prace nad jej uruchomieniem trwały od początku lat 20., równolegle w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii. Później dołączyły do nich Niemcy. Pierwsze odbiorniki można było kupić w 1928 r. w Nowym Jorku za 75 dolarów. Nabywcy nie mogli jednak z nich korzystać, ponieważ nie nadawano jeszcze żadnego programu telewizyjnego. Eksperymentalne transmisje przeprowadzono dopiero kilka miesięcy później. Telewizyjny szał ogarnął Amerykę w 1948 r., kiedy to zarejestrowano milionowy odbiornik. Trzy lata później CBS, jako pierwsza stacja na świecie, rozpoczęła nadawanie programu w kolorze. Pierwszy fabularny film telewizyjny wyprodukowano w 1956 r. Wtedy też na rynku pojawiły się magnetowidy firmy Ampex. Obowiązujący w Europie standard VHS wprowadzono w 1976 r., wraz z pierwszymi amatorskimi kamerami JVC. W latach siedemdziesiątych narodziły się gry wideo. Ostatnim w tym wieku, znaczącym wynalazkiem w dziedzinie elektroniki użytkowej jest DVD – cyfrowy standard nagrań filmowych.



Nowe na pokaz

Z POCZĄTKIEM wieku nastąpił też przełom w modzie. Zarówno na poziomie projektów, jak i w sposobie prezentowania kolekcji. To w tym stuleciu na jednym z pokazów po raz pierwszy wystąpiły modelki. Miało to miejsce w Paryżu. Pomysł okazał sie genialny, ponieważ dość przeciętne stroje sprzedały się znakomicie. Od tej chwili, wszystkie eleganckie domy mody zwykły w ten sposób prezentować publiczności swoje kolekcje.

BARDZO silny wpływ na modę miała nie tylko forma jej prezentacji, ale przede wszystkim nowe rozwiązania technologiczne, z pozoru nie mające nic wspólnego z branżą odzieżową. Okazało się, że nowinki techniczne w dużym stopniu wpłynęły na kreację i podsunęły twórcom wiele pomysłów.

ZACZĘŁO SIĘ od pończoch z tworzywa sztucznego. Wyprodukowano je w 1910 r. w Niemczech. Ale prawdziwej rewolucji dokonał nylon, wynaleziony przez amerykańską firmę DuPont w roku 1937. Początkowo nic nie zapowiadało sukcesu, gdyż wynalazcom brakowało pomysłów na wykorzystanie nowego tworzywa. W trakcie eksperymentów okazało się, że można z niego wyrabiać długie i rozciągliwe włókna. Najpierw zastosowano nylon w szczoteczkach do zębów. A dwa lata później pojawiły się nylonowe pończochy. Dzień 15 maja 1940 r., kiedy to sprzedano pierwsze opakowania pończoch, wpisał się na stałe do historii mody i obyczajowości. Podobne znaczenie odegrały: biustonosz, który zastąpił znienawidzony przez kobiety gorset Mermine Cadolle, oraz zamek błyskawiczny, który stał się alternatywą dla guzików.

SZYBKO okazało się, że „genialny" produkt, jakim były nylonowe poń-

czochy nie sprawdzał się w każdej sytuacji. Najpierw udoskonalano samo tworzywo. Pojawił się dakron, akryl i w końcu – wyjątkowo rozciągliwa lycra. Następnie zabrano się za krój noszonych na pasie pończoch. A wszystko dlatego, że niejaka pani Gant, będąc w ciąży, nie mogła nosić obcisłego pasa. Jej mąż, wraz z pracownikami swojej firmy, szybko znalazł rozwiązanie. Znamy je dzisiaj jako rajstopy, które nosi niemal każda kobieta na świecie.

ODRZUCENIE gorsetu ułatwiło projektantom dalsze „rozbieranie" kobiet. W 1946 r. Lois Reard zaproponował kobietom bikini. Po pierwszej fali gorących protestów, strój ten przyjęto z entuzjazmem. Do dzisiaj nikt nie wymyślił lepszego odzienia na plażę. Inni projektanci – Quant i Courreges – „rozbierali" kobietę znacznie dyskretniej, skracając po prostu długość spódnicy. Tak powstała sukienka mini, która królowała w modzie od połowy lat sześćdziesiątych. Równą jej pozycję zajęły w tym czasie T-shirt i dżinsy.

OBA produkty były znane już wcześniej. Podkoszulki z krótkim rękawkiem nosili amerykańscy marynarze w czasie II Wojny Światowej, a dżinsy farmerzy. Światową popularność zdobyły jednak w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych. Te symbole niechlujnej, hippisowskiej mody z czasem doczekały się nobilitacji. Prezydent Carter wkroczył w nich do Białego Domu, a dyktatorzy mody stale opracowują specjalne dżinsowe kolekcje. Te z kolei zakładają na siebie wielcy tego świata.

BRANŻA odzieżowa zatrudnia dziś tysiące specjalistów. Pracują oni nad nowymi materiałami o niezwykłych właściwościach. Weźmy np. gore-tex – materiał całkowicie wiatro- i wodoszczelny, a przy tym oddychający, czy bardzo ciepły polartec. Istnieją też wynalazki, które powstały bez udziału zaawansowanych technologii. Do nich można zaliczyć zamek błyskawiczny, opatentowany tuż przed I Wojną Światową, i niepozorny rzep, pomysł szwajcarskiego arystokraty Georgesa de Mestrala.

Uroda życia

WIEK XX przyniósł ogromne zmiany w dziedzinie higieny i zdrowia. W 1918 r. Ernst Kahler wynalazł ligninę. Produkowana z waty papierowej, posłużyła jako materiał opatrunkowy, a później jako wypełnienie podpaski higienicznej. Amerykański lekarz E. Haas opracował projekt tamponu, który w roku 1939 wprowadziła na rynek firma „Tampax". Pierwsze chusteczki do demakijażu są dziełem firmy „Kleenex". Sprzedawane po 65 centów za 100 szt., nie zdały jednak egzaminu i zmieniły zastosowanie na... chusteczki do nosa. W 1940 r. firma Remington wypuściła specjalną elektryczną golarkę do depilacji nóg.



INNYM symbolem naszych czasów jest wynaleziona w 1955 r. przez Gregory'ego Pincusa pigułka antykoncepcyjna. Jej najbardziej skuteczna wersja nosi nazwę Norplant. Wszczepiana pod skórę, zapewnia długotrwałą ochronę przed ciążą. Równolegle z badaniami nad metodami zapobiegania ciąży prowadzono badania nad zapłodnieniem in vitro. Pierwsze „dziecko z probówki" przyszło na świat w Wielkiej Brytanii w latach 70.

Szlachetne zdrowie

JESZCZE w wieku XIX wynaleziono aspirynę. Jednak dopiero w XX w. udało się odpowiednio ją oczyścić. Masową produkcję tego popularnego do dziś leku rozpoczęła niemiecka firma Bayer. Mniej szczęśliwym produktem Bayera okazały się tabletki nasenne veronal (1903 r.). Upodobali je sobie bowiem samobójcy.

CUDOWNYM lekiem na wszelkie zakażenia bakteryjne okrzyknięto, odkrytą w 1928 r. przez Alexandra Fleminga, penicylinę. Minęło 12 lat, zanim uzyskano jej czystą postać, dającą się zastosować w leczeniu klinicznym. Pierwszą udaną kurację opartą na tym środku przeprowadzono w maju 1940 r. Przez 5 lat penicylina była zarezerwowana przede wszystkim dla wojska.

FATALNE w skutkach okazało się wprowadzenie do aptek w 1932 r. specyfiku o nazwie benzedrex (benzydryna), czyli amfetaminy – jednego z najgroźniejszych narkotyków. W tym samym czasie na półkach aptecznych pojawiła się nowa pastylka – witamina C, skonstruowano respirator, nazywany wówczas „żelaznym płucem", a także stymulator serca. Cztery lata później Alexis Carrel zbudował pierwsze sztuczne serce (pompę tłoczącą krew), co pozwoliło przeprowadzać krótkie operacje na otwartym sercu. Urządzenie udoskonalono i nazwano płucosercem, ponieważ krew była w nim jednocześnie pompowana i mieszana z tlenem. Na rok przed zakończeniem II Wojny Światowej, Willem Kolff skonstruował pierwszy aparat do dializy nerek. Jednocześnie inny naukowiec odkrył metodę pozwalającą na wyizolowanie i długotrwałe przechowywanie plazmy krwi. Odkrycie to przyczyniło się do utworzenia banków krwi.

W KOŃCU lat pięćdziesiątych do medycyny wkroczyły ultrasonografy. Dzięki nim możliwe stało się skuteczne leczenie nerwobóli, stanów zapalnych i zwyrodnień stawów. Później ultrasonograf zaczął służyć diagnostyce.

NASTĘPNĄ dekadę otwiera wynalazek Japończyków – endoskop. Zastosowany tu elastyczny wziernik pozwolił oglądać narządy wewnętrzne bez interwencji chirurgicznej.

PIERWSZĄ operację przeszczepu serca przeprowadził chirurg Christian Bernard w grudniu 1967 r. Pacjent przeżył wprawdzie tylko 18 dni, jednak ta operacja otworzyła zupełnie nowy rozdział w historii medycyny. Z czasem zaczęto przeszczepiać też inne organy. Dzisiaj pacjenci po operacjach przeszczepu żyją nawet po kilka lat.

W KRÓTKIM przedziale czasu wynaleziono dwa bardzo ważne dla medycyny urządzenia: tomograf komputerowy, ułatwiający diagnozowanie chorób mózgu oraz rezonator magnetyczny. Ten ostatni umożliwiał nie tylko dokładne badanie mózgu, ale także rdzenia kręgowego, naczyń krwionośnych oraz delikatnych wnętrz oczu i uszu.

W MIJAJĄCYM dziesięcioleciu medycyna przekroczyła wymiar organiczny. W 1993 r. przeprowadzono pierwszą udaną terapię genami, która pozwoliła obniżyć u chorego poziom cholesterolu. Naukowcy opracowali również genetyczną mapę najmniejszego z ludzkich chromosomów. Być może z tego powodu pod koniec XXI w. życzenia stu lat zabrzmią jak przekleństwo.

Krzysztof Mich
foto: BE&W

Sprytny system

Telefony komórkowe dopiero od niedawna postrzegane są jako popularny i masowy środek komunikowania się ludzi. Podświadomie zdajemy sobie jednak sprawę, że dano nam do ręki swego rodzaju arcydzieło elektroniki, mały przejaw ludzkiego geniuszu. Najnowocześniejsza technologia i takież wzornictwo wskazywałyby, że telefon komórkowy to wynalazek ostatnich lat. Tak jednak nie jest – jego historia jest już bardzo długa.



HISTORIA firm, sprzedających obecnie miliony telefonów komórkowych, sięga nierzadko stu i więcej lat. Ericsson został założony przez Larsa Magnusa Ericssona w 1876 r. jako warsztat naprawy urządzeń telegraficznych. To właśnie Lars wymyślił pierwszy aparat wyposażony w oddzielny, ręczny mikrofon, co dało początek nowoczesnym telefonom. Firma Ericsson, jako pierwsza na świecie, uruchomiła także w 1981 r. w Skandynawii analogowy system komórkowy NMT450.

ZAŁOŻYCIELEM firmy Nokia, przedsiębiorstwa przemysłu drzewnego w południowo-zachodnim rejonie Finlandii był górnik. Stało się to w roku 1865. Firma eksploatowała młyn papierniczy nad rzeką... Nokia. Przygoda z telefonią ruchomą rozpoczęła się dla firmy niemal 100 lat później. Najpierw produkowano jedynie sprzęt dla wojska, dopiero w latach osiemdziesiątych rozwinięto produkcję systemów i urządzeń dla sieci ruchomych. Pierwsze telefony komórkowe, opatrzone marką Nokia, przeznaczone dla sieci krajowej, ukazały się w roku 1981.

ZAŁOŻONA w 1928 r. przez braci Galvin firma Motorola jako pierwsza seryjnie produkowała radia do samochodów Forda, Chryslera i General Motors już w latach trzydziestych i czterdziestych tego stulecia. Rewolucyjna konstrukcja krótkofalówki walkie-talkie, opracowana przez Motorolę, swój chrzest bojowy przeszła w czasie drugiej wojny światowej. Neil Armstrong, pierwszy człowiek na księżycu (1969), mógł być słyszany na Ziemi także dzięki urządzeniom Motoroli.

HISTORIA Siemensa zaczyna się w 1847 roku od utworzenia Przedsiębiorstwa Budowy Telegrafów. Wtedy to Siemens zatrudnił dziesięć osób. Obecnie liczba pracowników Siemensa na świecie to prawie 400 tys. osób. Przedsiębiorstwo zapisało się w historii na przykład wynalazkiem dynama, opatentowaniem lampy rentgenowskiej czy stworzeniem teorii podwodnego układania kabli.



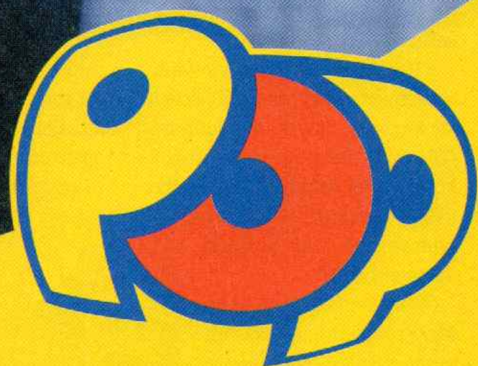
RÓWNIE barwną historię ma jeszcze wiele równie znanych i znakomicie prosperujących dzisiaj firm. A jednak początek każdego wielkiego wynalazku rodził się w umysłach niewielkiej garstki wizjonerów, poszukujących bezustannie coraz to lepszych idei.

Pierwsze komórki

POMYSŁ ruchomej telekomunikacji, to znaczy takiej, która pozwala na prowadzenie rozmowy z przenośnych aparatów, pojawił się już w latach czterdziestych naszego stulecia. Mimo iż trwająca wojna zachęcała do jego realizacji, zabrakło technicznych możliwości dla urzeczywistnienia tych marzeń. W latach pięćdziesiątych pojawiły się pierwsze urządzenia, odpowiadające dzisiejszym pagerom, a wkrótce potem systemy łączności radiotelefonicznej. Rozwiązania oparte na wykorzystaniu pagerów okazały się bardzo przydatne, jednak umożliwiały łączność tylko w jedną stronę (od operatora do abonenta). Z kolei wadą systemów radiowych był zupełny brak poufności. Każdy z abonentów mógł słuchać wszystkich rozmów.

SYSTEMY telefonii przenośnej w pełnym, dzisiejszym tego słowa znaczeniu pojawiły się dopiero w latach siedemdziesiątych. Techniczne ograniczenia były jednak tak duże, że np. w 1976 r. pojemność systemu, działającego w Nowym Jorku, pozwalała na jednoczesne prowadzenie zaledwie 12 rozmów, podczas gdy abonentów było 500. Kolejnym krokiem rozwoju telefonii ruchomej były pierwsze systemy analogowe. Pojemność sieci była i tym razem jej główną wadą, a mimo to zakładano, iż wystarczy na dziesięciolecia. Szybki przyrost liczby abonentów (1-2 abonentów na 100 mieszkańców, a w Szwecji i Finlandii, gdzie rozwój nowej tele-





łączy z ludźmi

(bez abonamentu
bez rachunków
bez obaw)

POP w sieci Idea uwalnia Cię od abonamentu.
Kupujesz POPkartę, umieszczony na niej kod wprowadzasz do telefonu i rozmawiasz.
Z kim chcesz i kiedy chcesz.
W POP nie płacisz za nic, czego nie powiedziałeś.
To Twoje prawo.

Bezpłatna infolinia: 0 800 123456 www.pop.centertel.pl

w sieci IDEA

fonii był stosunkowo najszybszy, nawet 5 na 100), wymusił zmiany w stosowanej technologii.

PRACE nad nowym, globalnym systemem rozpoczęto w 1982 r. Pięć lat później powstało Memorandum of Understanding (MoU), międzynarodowa organizacja, mająca na celu wypracowanie jednego standardu telefonii komórkowej w różnych krajach tak, by stworzyć globalny system łączności (GSM). Pierwszą komercyjną sieć GSM uruchomiono w 1992 r., a kilka miesięcy później podpisano pierwszą umowę roamingową.

OBECNIE sieci GSM działają na trzech częstotliwościach: 900, 1800 i 1900 MHz, do niedawna rozróżnianych jako GSM, DCS, i PCS. Zgodnie z nowym nazewnictwem, przyjętym według wytycznych MoU, określa się je wszystkie jako GSM. Stowarzyszenie postanowiło również nakłonić producentów, by stworzyli telefon działający w trzech częstotliwościach. Dzisiaj niemal wszystkie nowe aparaty działają w dwóch zakresach (najczęściej 900 i 1800 MHz). Pojawił się już także aparat firmy Motorola, pierwszy na świecie pracujący w trzech zakresach (sieci GSM 900, 1800 i 1900).

STOWARZYSZENIE planuje wprowadzenie trzeciej generacji telefonii komórkowej, opartej na platformie GSM. Pojawiłaby się ona na początku przyszłej dekady. Jako pierwszy, usługi trzeciej generacji wprowadzić chce japoński operator DoCoMo.

W 1998 r. rozpoczął się kolejny rozdział ogólnoświatowego systemu łączności – satelitarne Iridium. Dzięki rozmieszczonym nad ziemią satelitom, system ten pozwala korzystać z telefonu komórkowego z dowolnego miejsca na świecie. Praca systemu Iridium jest skoordynowana ze standardem GSM.

Wielkie komórki

JAKO pierwsza, prototyp telefonu komórkowego zaprezentowała Motorola w 1973 r. Wynalazkiem tej samej firmy był również pierwszy samochodowy zestaw głośnomówiący (1981). Pozwalał on prowadzić rozmowę telefoniczną podczas jazdy. W 1989 r. Motorola zaproponowała pierwszy na rynku kieszonkowy telefon komórkowy Micro TAC (kieszeń musiała być jednak bardzo duża). Pierwszy telefon cyfrowy, skonstruowany dla sieci GSM, został zaprezentowany na Międzynarodowych Targach CeBIT dopiero w 1991 r. (również przez Motorolę).

Telefony komórkowe przeszły podobną drogę, jak wiele innych urządzeń elektronicznych. Miniaturyzacja następowała jednak w ogromnym tempie. Jeszcze niedawno użytkownik komórki nosił pokaźnych rozmiarów walizeczkę, pełniącą funkcję telefonu. Dzisiaj większość telefonów mieści się w kieszeni koszuli, zachowując przy tym zdecydowanie lepszą jakość dźwięku i dłuższy czas pracy baterii.

Fazy 1, 2, 2+

W KOŃCOWYM etapie prac nad specyfikacją standardu GSM projektanci zdali sobie sprawę, że do chwili przewidywanego uruchomienia pierwszego systemu GSM nie wszystko będzie gotowe. Podjęto więc decyzję o wprowadzeniu określenia tak zwanej fazy 1 specyfikacji GSM. Mówiąc wprost – chodziło o określenie zbioru usług, które dostępne będą w telefonie komórkowym od samego początku. Dalsze prace miały umożliwić opracowanie i udostępnienie kompletu usług określonych jako tzw. faza 2.





POSZERZONO ją przede wszystkim o nową grupę usług dodatkowych. Wprowadzono pewne usprawnienia, związane z obsługą modułu identyfikacji abonenta SIM i z przesyłaniem krótkich wiadomości. Wprowadzanie fazy 2 GSM zakończono w połowie lat dziewięćdziesiątych i... przystąpiono do kolejnej realizacji. Celem prac było tym razem utrzymanie konkurencyjności systemu GSM w stosunku do nowocześniejszych, cyfrowych systemów telefonii komórkowej. Postawiono sobie za cel stworzenie z systemu GSM platformy wyjściowej dla systemu trzeciej generacji UMTS. Prace wykraczające poza fazę drugą określono wstępnie mianem fazy 2+. Udoskonalenia miały objąć dodatkowe oferty w zakresie dotychczasowych usług. Umożliwiło to między innymi definiowanie profilu użytkowników (np. ustawienie różnych rodzajów dzwonka w zależności od tego, kto do nas dzwoni). Poszerzono także usługi związane z transmisją danych, ułatwiono współpracę z satelitarnymi systemami łączności osobistej, a także wprowadzono rozwiązania sieci inteligentnych. Pozwoliło to stworzyć usługi dostosowane do potrzeb konkretnego abonenta (na przykład usługa Numer Osobisty).

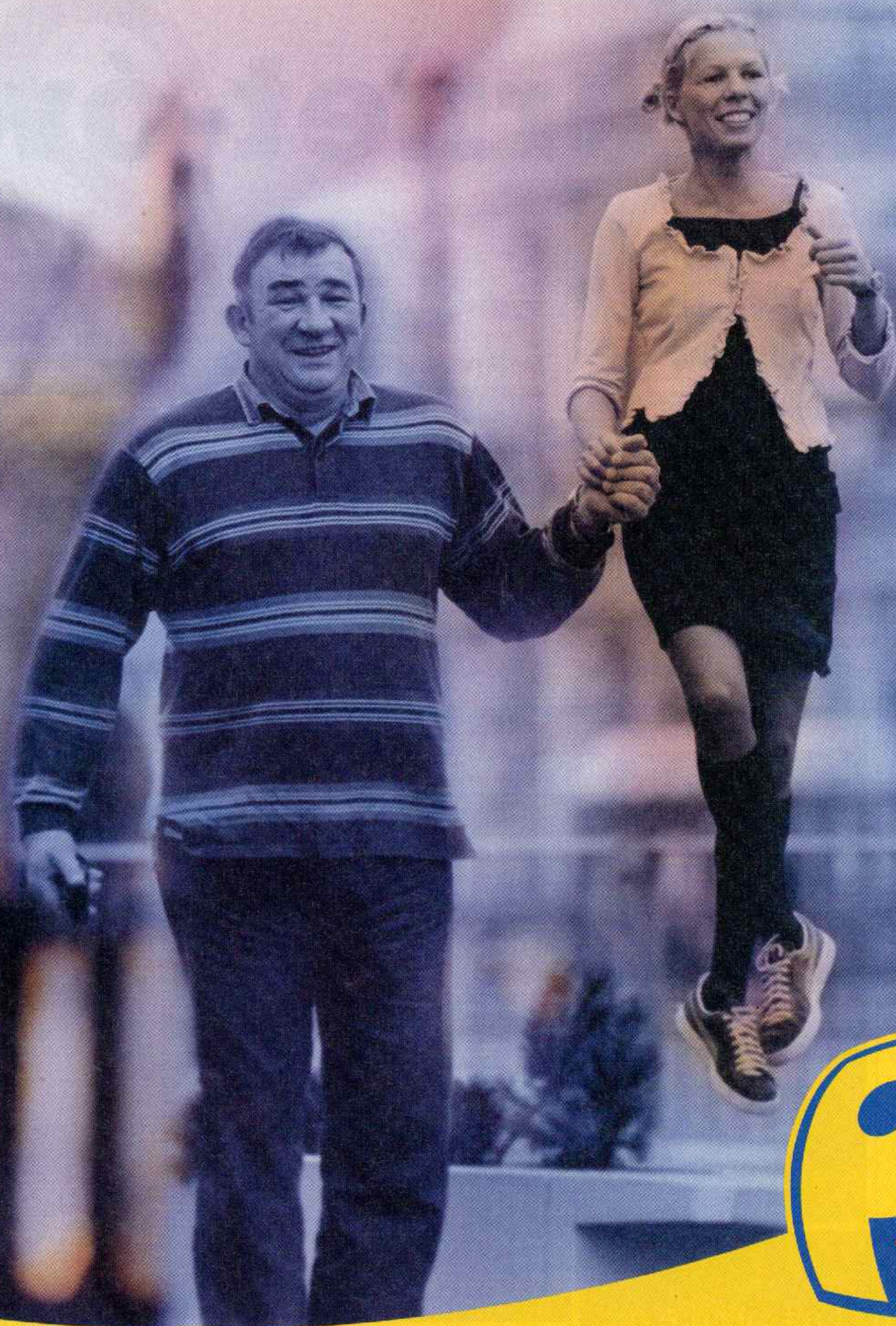
Znajdziemy Cię, gdziekolwiek jesteś

DOBRĄ okazją do podsumowania dotychczasowych osiągnięć oraz dyskusji o przyszłości, stały się tegoroczne VIII Międzynarodowe Targi Telekomunikacyjne w Genewie. Raport, opublikowany na targach, zakłada, że pod koniec 2000 r. liczba użytkowników telefonów komórkowych przekroczy 500 milionów. W stosunku do obecnych 350 mln oznacza to lawinowy wzrost. Tak gwałtowny rozwój telefonii ruchomej stwarza konkurencję dla stacjonarnej. Zwłaszcza, że najważniejsze dla większości użytkowników cena aparatu i koszty utrzymania telefonu bardzo się obniżają.

NOWE telefony komórkowe na początku XXI w. mają działać w dowolnym miejscu na świecie. Uważa się również, iż firmy, które nie zainwestują w Internet, szybko przestaną liczyć się w branży. Użytkownicy mają dostęp do serwisów informacyjnych i zindywidualizowanych telefonów. Szumnie zapowiadane przyspieszenie transmisji danych umożliwi oglądanie rozmówcy (wideokonferencja) i płynne korzystanie z Internetu.

NOWATORSTWEM pomysłów wyróżniają się firmy niezbyt jeszcze w Polsce popularne. I tak np. koreański Samsung oferuje aparat odtwarzający pliki z muzyką, zapisane w formacie MP3, czy telefon w zegarku na rękę. Firma NEC prowadzi zaawansowane badania nad pełnym wykorzystaniem w telefonie komórkowym systemu satelitarnego pozycjonowania (GPS). Dzięki temu będzie można precyzyjnie określić pozycję użytkownika znajdującego sie w dowolnym miejscu na świecie.

Daniel Oplski
foto: BE&W





POP w sieci Idea uwalnia Cię od obaw.
Kupujesz POPkartę,
umieszczony na niej kod
wprowadzasz do telefonu
i rozmawiasz.
Zawsze i wszędzie
POP jest przy Tobie.
Możesz na niego liczyć
w dobrych i złych chwilach.

łączy z ludźmi

(bez abonamentu
bez rachunków
bez obaw)

Bezpłatna infolinia: 0 800 123456 www.pop.centertel.pl

w sieci IDEA

Internet-ów 2-óch

U progu nowego milenium z Internetu korzysta około 200 mln ludzi. Nawet jak na ogólnoświatową „pajęczynę", jest to prawdziwy tłum. W licznym towarzystwie trudno się porozumiewać i przekazywać sobie ważne informacje. Tłumu zdecydowanie nie lubią też naukowcy, dla których kiedyś tworzono globalną sieć komputerową.

JEŚLI cofniemy się do początków Internetu, przypomnimy sobie, że powstał on po to, aby usprawnić wymianę danych pomiędzy badaczami z ośrodków akademickich i wojskowych. Co zostało z tych planów? Bardzo niewiele.

INTERNET ulega błyskawicznej komercjalizacji. Serwisy www utrzymują się z banerów reklamowych, które spowalniają ruch w sieci. Większość internautów poszukuje raczej stron rozrywkowych niż informacji. Niektórzy młodsi użytkownicy sieci zdają się w ogóle nie wiedzieć, co to jest „netykieta". Rezultat? Strony ze zdjęciami pornograficznymi na darmowych serwerach, zapychanie „spamem" skrzynek pocztowych i grup dyskusyjnych, harce hackerów, zasługujących raczej na miano wandali... Listę grzechów można ciągnąć dalej.





Inicjatywa uniwersytetów

AMERYKAŃSCY naukowcy postanowili przystąpić do kontrataku. Wiedząc, że nierealne i mało skuteczne byłyby jakiekolwiek próby odgórnego sterowania siecią, i że istniejące łącza nie wytrzymują już naporu ogromnej rzeszy internautów, wpadli na pomysł radykalny: zbudujmy Internet 2.

INICJATYWĘ tę podjęły w październiku 1996 r. 34 uniwersytety amerykańskie. Rok później uformował się organizacyjny trzon przedsięwzięcia: powstała University Corporation for Advanced Internet Development (UCAID). Dziś w projekcie Internet 2 (www.internet2.edu) uczestniczy już 160 uczelni, wspieranych przez instytucje rządowe, organizacje typu non-profit, a także – co najistotniejsze z finansowego punktu widzenia – przez wielkie koncerny informatyczne i telekomunikacyjne (m.in. Compaq, Novell, Ericsson).

ZADANIEM, w którego realizację włożono najwięcej wysiłku i pieniędzy, była budowa tzw. sieci szkieletowej (ang. „backbone") Abilene, dostępnej wyłącznie dla uczestników projektu Internet 2. Uruchomiona oficjalnie 24 lutego 1999 r., pozwala ona na przesyłanie danych z prędkością 2,4 gigabajta (docelowo prawie 10 GB) na sekundę.

JEŻELI porównamy to ze zwykłym modemem, który umożliwia transmisję z prędkością (a jest to czysta teoria) 56 kB danych na sekundę, to postęp jest rzeczywiście imponujący. Abilene łączy główne węzły dostępowe, nazywane dumnie GigaPoP (w odróżnieniu od zwykłych PoP – point of presence). Do GigaPoP-ów podłączone są uniwersytety uczestniczące w projekcie.

BUDOWA sieci Abilene była możliwa dzięki wsparciu sponsorów (Qwest Communications, Nortel Networks i Cisco), którzy dostarczyli kable światłowodowe o łącznej długości kilkunastu tysięcy kilometrów, routery, przełączniki i odpowiednie oprogramowanie.

W ZAMIAN za swoją pomoc, wielkie koncerny uzyskają dostęp do prototypowych aplikacji i technologii, które być może już wkrótce znajdą zastosowanie w konkretnych produktach. Internet 2 traktowany jest przez jego twórców jako wielki poligon doświadczalny, na którym testowane będą nowatorskie rozwiązania. Jeśli potwierdzona zostanie ich użyteczność, z pewnością nie trzeba będzie długo szukać chętnych do wprowadzenia ich na rynek.

Inne sieci dostępne

SIEĆ Abilene nie jest jedyną superszybką „infostradą", wykorzystywaną przez uczestników projektu Internet 2. Znaczną część ruchu „obsługuje" istniejąca już od 1995 r. sieć vBNS (**www.vbns.net**). Powstała ona dzię-

ki współpracy National Science Foundation (Narodowa Fundacja Nauki, instytucja finansowana z budżetu federalnego) i giganta telekomunikacyjnego MCI Worldcom.

PONAD 50 uniwersytetów otrzymało subsydia od NSF na podłączenie do tej bardzo szybkiej sieci, pozwalającej na transmisję 622 MB danych na sekundę. Jest to wprawdzie cztery razy mniej niż w Abilene, ale i tak wystarcza, by w 7 sekund przesłać 322 kopie 300-stronicowej książki. Przejrzenie dowolnej pracy naukowej, znajdującej się w zbiorach biblioteki uniwersyteckiej (oddalonej nawet o tysiące kilometrów), jest więc możliwe dosłownie w mgnieniu oka (oczywiście jeśli praca ta zapisana została w postaci cyfrowej).

Z SZYBKIEGO transferu danych mogą też od niedawna korzystać klienci instytucjonalni (w szczególności ośrodki badawcze wielkich korporacji), gdyż MCI Worldcom uruchomił komercyjną wersję sieci, która otrzymała kryptonim vBNS+.

CO KONKRETNIE daje uczonym Internet 2? Przede wszystkim pozwala prowadzić badania w takich dziedzinach, jak korzystanie z wirtualnych bibliotek i baz danych, transmisje telewizyjne o wysokiej rozdzielczości (High Definition TV), wideokonferencje czy telemedycyna (czyli np. skomplikowane operacje, prowadzone on-line przez specjalistów z różnych punktów globu).

Wirtualne zanurzenie

JEDNO z najbardziej ambitnych zadań, jakie podjęto w ramach Internetu 2, nosi kryptonim GUMBO (Grand Unified Modeling of Biological Organisms). Celem jest tu stworzenie niezwykle precyzyjnych modeli żyjących organizmów, co wymaga jednoczesnej pracy wielu potężnych komputerów.

DZIĘKI przepustowości sieci i specjalnej infrastrukturze (DSI, Distributed Storage Infrastructure), maszyny mogą bez przeszkód kontaktować się i swobodnie przerzucać olbrzymie zestawy danych tam, gdzie są aktualnie potrzebne. Projektem GUMBO kieruje kalifornijski Institute of Technology.

W RAMACH projektu I2 Digital Video (**i2dv.nwu.icair.org**), uruchomiono dla użytkowników Internetu 2 sieć przystosowaną specjalnie do cyfrowej transmisji obrazu. Oprócz filmów wideo, przesyłane są za jej pośrednictwem komputerowe symulacje, animacje, modele rzeczywistości wirtualnej. Sieć ta umożliwia ponadto prowadzenie wideokonferencji z zachowaniem wysokiej rozdzielczości obrazu. Grupa badawcza I2 DV stworzyła też prototyp portalu internetowego, zapewniającego sprawne przeszukiwanie wirtualnych wideobibliotek.

POKREWNY projekt, realizowany dzięki „drugiemu" Internetowi, to prace nad „tele-immersion". Zamiast specjalnych uniformów, rękawic i okularów, które zazwyczaj noszą uczestnicy eksperymentów typu „zanurzenie w świecie wirtualnym", mamy tu do czynienia z wielkimi ekranami, skanerami, czujnikami i kamerami. Celem jest realizm: chodzi o to, by osoby z dwóch krańców świata czuły się tak, jakby siedziały w jednym pokoju, by mogły się nawzajem widzieć (trójwymiarowo), słyszeć, dotykać i czuć (fizycznie, nie w wyobraźni).

DLA PRZYSZŁOŚCI całego Internetu wielkie znaczenie mają testy sieci o „gwarantowanej jakości usług". Zakłada się, że taka sieć pozwalałaby m.in. na wybór najodpowiedniejszych w danej sytuacji parametrów transmisji. Np. przy przesyłaniu rentgenu płuca pacjenta nie można pozwolić sobie na utratę nawet drobnego wycinka obrazu (może to mieć kluczowe znaczenie dla powodzenia całej operacji). Utrata fragmentu obrazu nie ma natomiast aż tak dużego znaczenia podczas wideokonferencji.

INTERNET 2 umożliwił prace nad kolejną, doskonalszą wersją protokołu internetowego IPv6. Ma to znaczenie dla wszystkich użytkowników sieci. Obecnie adresy IP (czyli cyfrowe identyfikatory komputerów, podłączonych bezpośrednio do Internetu) zapisywane są w postaci 32-bitowej, a pula dostępnych kombinacji powoli się wyczerpuje. W nowym protokole liczba adresów wydatnie się zwiększy, gdyż będzie je można zapisywać w wersji 128-bitowej.

Za i przeciw

MIMO obiecujących perspektyw badawczych, coraz częściej słychać głosy krytyczne wobec Internetu 2. Mówi się o tym, że niewiele jest aplikacji wymagających w praktyce aż tak wielkiej (i niesłychanie kosztownej) przepustowości łączy. Obecnie sieć Abilene jest wykorzystywana w granicach 1% (!) możliwości.

SCEPTYCY uważają, że koszt przedsięwzięcia jest niewspółmierny do osiąganych rezultatów. Obecnie za dostęp do superszybkiej infostrady uniwersytety amerykańskie płacą od 500 tys. do 1 mln USD rocznie. Wydatki te są w dużej mierze pokrywane przez Narodową Fundację Nauki, jednak dotacje mają zostać wstrzymane w kwietniu 2000 r.

OPTYMIŚCI mówią o olbrzymim potencjale gospodarczym USA, głębokich kieszeniach sponsorów, wierzą też w hojność administracji Clintona, w której „pierwsze skrzypce" grają entuzjaści technologicznego postępu (należy do nich sam prezydent). Władze federalne od samego początku wspierały Internet 2 i zainicjowały spokrewniony z nim merytorycznie projekt, nazwany Next-Generation Internet (www.**ngi.gov**).

OBECNIE obydwa te programy wzajemnie się uzupełniają. „Najmłodszym dzieckiem" NGI jest inicjatywa IT2 (Technologia Informatyczna dla XXI wieku) z budżetem ponad 350 mln USD. To czytelny sygnał dla wielkich korporacji: jeśli władze federalne angażują się tak znacząco w rozwój nowych technologii, tym bardziej warto w nie inwestować.

UWAŻAM, że na przyszłość Internetu 2 można spoglądać optymistycznie. Jestem też pewien, że technologie wypracowane w ramach tego projektu nie pozostaną wyłączną własnością małej garstki uprzywilejowanych. Sponsorzy są przecież zainteresowani udostępnianiem nowoczesnych rozwiązań milionom, a nie setkom czy tysiącom internautów. Powiedzmy sobie jasno: poligon doświadczalny (nawet zazdrośnie strzeżony) – tak. Internet dla wybranych – nie.

Paweł Piasecki

Slalomem przez Internet

Gdy tylko w górach pojawia się pierwszy śnieg, prawdziwy narciarz zaczyna marzyć o zimowych wakacjach. Póki nie wyrwie się na dłużej z miasta (a niektórym ta przyjemność dana jest dopiero w styczniu lub lutym), błądzi placem po mapach, wertuje przewodniki albo... buszuje po zimowych szlakach w Internecie.

NA LIŚCIE ulubionych stron narciarza-internauty znajduje się z pewnością adres **www.skinet.com** (jeśli jeszcze na listę nie trafił, proszę go czym prędzej dopisać). W SkiNet prezentowane są bieżące i archiwalne materiały z amerykańskich pism Ski, Skiing oraz Freeze. Artykuły dotyczą podróży, sprzętu i technik jazdy na nartach. Nie brakuje raportów pogodowych – warunki śniegowe w najważniejszych ośrodkach sprawdzane są trzy razy dziennie.

NA STRONACH SkiNet można znaleźć „mini-szkółkę narciarską", forum dyskusyjne, galerię zdjęć, a także efektowne banery czołowych reklamodawców z branży sportów zimowych. Dzięki przejrzystej organizacji serwisu, częstym aktualizacjom zawartości stron i uwzględnianiu potrzeb odbiorców o różnym poziomie zaawansowania, SkiNet jest pierwszorzędnym źródłem informacji dla internautów, którzy nie wyobrażają sobie zimy bez odrobiny „białego szaleństwa".

BYŁBY serwisem wprost idealnym, gdyby nie jego „amerykocentryczny" punkt widzenia. Oczywiście można znaleźć tam informacje o warunkach narciarskich w Europie, ale są one na dalszym planie.

POTRZEBY narciarzy-Europejczyków w większym stopniu uwzględnia równie profesjonalnie przygotowany serwis **goski.com**. Moim zdaniem jest to idealny przewodnik dla każdego, kto planuje wakacje na nartach. Renomowane kurorty zimowe (w tym najważniejsze europejskie) zostały tu wyczerpująco opisane – zarówno przez redaktorów serwisu, jak i przez gości-recenzentów, dzielących się osobistymi wrażeniami i przeżyciami.

NA STRONACH goski.com znajdziemy mnóstwo informacji o zawodach sportowych, nowych trasach i wyciągach. Na szczególne polecenie zasługuje dział „Eksperci", a w nim m.in. opowieść Patricka Thorne'a „Wszystko, czego chcecie się dowiedzieć o światowym narciarstwie".

WIRTUALNY sklep podzielony jest na kilkanaście działów, oferujących wszystko: od nart i snowboardów, poprzez odzież i akcesoria (w tym łańcuchy na opony samochodowe), aż po usługi biur podróży. Przewodnik zakupowy podpowiada, na co warto wydać pieniądze, by zaimponować innym narciarzom na stoku.

Wszystko w jednym

W INTERNECIE coraz większą popularnością cieszą się portale, czyli bramy wejściowe do zasobów sieci. Największe, takie jak Yahoo czy Excite, mają ambicję ogarnięcia wszystkiego, co najciekawsze w Internecie. Są jednak portale wyspecjalizowane w konkretnej dziedzinie – także narciarstwie. Na rekomendację zasługuje z pewnością serwis **skipages.com**.

wiadomości" pomaga nie przeoczyć niczego, o czym głośno w narciarskim światku. Skipages.com stwarza możliwości zakupu sprzętu, odzieży i akcesoriów, a także rezerwacji biletów lotniczych i hoteli w wirtualnym sklepie.

WYBIERAJĄCY się na narty do Francji mają do wyboru dwa niezłe serwisy. Ustępują one nieco rozmachem amerykańskim gigantom, ale rolę informacyjną spełniają pierwszorzędnie. Na „pierwszy ogień" proponuję adres **www.skifrance.fr**. Ten serwis przyda się zwłaszcza przy porównywaniu warunków narciarskich w różnych miejscowościach (nie tylko alpejskich – nie zapominajmy o Pirenejach) i wyszukiwaniu hoteli bądź pensjonatów. Zwraca tu uwagę dział poświęcony „zimowym wakacjom z małymi dziećmi" (nazywanymi „petits montaignards").

MECHANIZM wyszukujący pozwala tu dotrzeć do internetowych witryn prawie 600 ośrodków sportów zimowych na całym świecie, dostępne są też raporty śniegowo-meteorologiczne z ponad 500 miejscowości. Z działu „Recenzje" dowiemy się, jak goście serwisu oceniają rozmaite kurorty, w których przebywali (zarówno pod kątem sportowym, jak i rekreacyjno-rozrywkowym); możemy również podzielić się własną opinią.

WYMIANIE informacji służy lista dyskusyjna, zaś rubryka „Ostatnie

PO WIZYCIE w SkiFrance, warto pobuszować w zasobach katalogu Skihoo (**www.skihoo.com**). Podobieństwo nazwy do Yahoo nie jest przypadkowe. Katalog ma podobną, hierarchiczną strukturę – od ogólnych do coraz bardziej szczegółowych kategorii. W Skihoo znajdziemy najwięcej odnośników do stron francuskich ośrodków sportów zimowych, nie zapomniano jednak o innych, atrakcyjnych zimą, regionach Europy i świata. Pełna wersja serwisu dostępna jest po francusku, ale najważniejsze informacje dostępne są także w wersji anglojęzycznej.

Polskie klimaty

POD NAZWĄ **www.ski.com.pl** kryje się jeden z ciekawszych polskich sklepów narciarskich. Serwis ten dostarcza wszechstronnych informacji o sprzęcie i akcesoriach, i jest zaprojektowany z myślą zarówno o początkujących, jak i bardziej doświadczonych użytkownikach. Ma też bardzo ładną oprawę graficzną. Zdjęcia są na tyle duże, że pomagają zaprezentować produkty, a jednocześnie nie opóźniają wczytywania się strony. Mały szczegół, a cieszy.

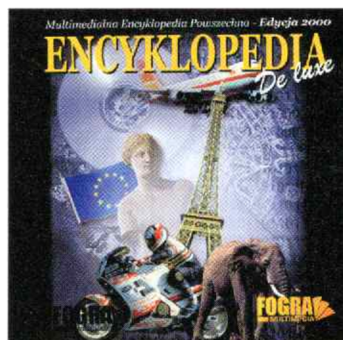
W SKLEPIE można zamówić narty i akcesoria kilkunastu (!) czołowych firm. W dziale „technologie" znajdziemy wyjaśnienie pojęć typu „x-frame", „active platform" czy „T-shock absorber", którymi z lubością posługują się producenci nart i ich sprzedawcy. Serwis ski.com.pl pozwala nam poczuć się jeśli nie narciarskimi ekspertami, to chociaż mniejszymi ignorantami. Mam nadzieję, że w przyszłości rozwinie się dział „gdzie jeździć", kącik porad i mini-giełda sprzętu. Już teraz wizyta w tym internetowym sklepie jest przyjemnością.

NA ZAKOŃCZENIE polecę jeszcze jeden polski serwis, zachęcający do spędzania zimowych wakacji w Austrii (**www.narty.net**). Baza danych obejmuje około 800 miejscowości, i można ją przeszukiwać na kilka sposobów, m.in. pod kątem tras zjazdowych i biegowych, wyciągów, kolejek linowych, wypożyczalni sprzętu, lekcji jazdy dla dorosłych i dla dzieci. Pozwala to szybko i przyjemnie zaplanować narciarski wypad do Tyrolu czy Karyntii. Życzę duuużo śniegu!

Paweł Piasecki

MULTIMEDIALNA ENCYKLOPEDIA POWSZECHNA 2000

To trzecia już edycja encyklopedii, walczącej o palmę pierwszeństwa na polskim rynku multimedialnym.



„MULTIMEDIALNA Encyklopedia Powszechna" to dzieło krakowskiej Fogry. Wydawnictwo jest najpoważniejszym rywalem warszawskiej oficyny PWN, która także wprowadza na rynek nową wersję encyklopedii (recenzja w „Profil-u" wkrótce).

EDYCJA MEP 2000 zawiera 72 tys. haseł, ponad 4 tys. zdjęć i ilustracji, 3 godziny muzyki oraz 20 minut filmów archiwalnych. W pakiecie otrzymujemy 3 krążki, z czego pierwszy to płyta instalacyjna, drugi zawiera encyklopedię, a trzeci – dodatkowe prezentacje multimedialne (starożytna Grecja, historia matematyki, program do rysowania trójwymiarowych wykresów funkcji). Encyklopedia umożliwia łatwą aktualizację danych za pośrednictwem Internetu.

ZALETĄ MEP jest różnorodność kryteriów wyszukiwania haseł (lokalizacja geograficzna, okres historyczny, dziedziny wiedzy). Kluczem wyboru może być też zawartość pliku (np. zdjęcia, elementy interaktywne albo odnośniki internetowe). Do aktywnego poszerzania wiedzy zachęcają działy „doświadczenia" (tu m.in. drzewa wiedzy) oraz „konspekty" (tworzenie prezentacji na własny użytek w oparciu o materiał z encyklopedii). Za największy minus programu uważam niezadowalającą szybkość jego działania.

MULTIMEDIALNA MATEMATYKA

Ciekawa propozycja zarówno dla dzieci lubiących matematykę, jak i tych, które się z nią zmagają.



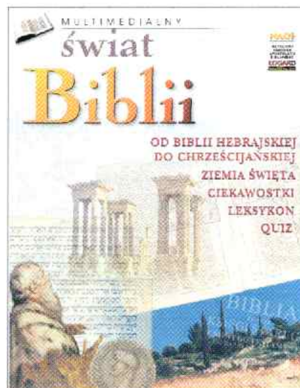
„MULTIMEDIALNA matematyka", wydana przez krakowskie wydawnictwo Fogra, to nowoczesny, interaktywny program, przeznaczony dla uczniów klas 4-6 szkoły podstawowej i 1-3 gimnazjum. Zawiera prawie 1500 zadań i pytań testowych, quiz oraz podręczną ściągę z podstawowymi wzorami i twierdzeniami matematycznymi. Do każdego zadania dołączona jest prawidłowa odpowiedź wraz ze schematem rozwiązania.

ZADANIA pogrupowane są w zestawy po 15 pytań, ale można również wybrać zadania dla danej klasy albo przeglądać je według zagadnień (np. potęgowanie i pierwiastkowanie albo układy równań). Program pozwala na ustalanie własnej skali ocen, określanie czasu trwania testu i quizu. Postępy czynione przez użytkownika oceniane są osobno w poszczególnych działach matematyki.

DZIECKO, które czuje się niepewnie w świecie liczb, doceni łatwość obsługi programu. Pełni on funkcję przyjaznego korepetytora, który zawsze ma czas i nie dziwią go „głupie" pytania. Uczniowie starsi i bardziej zaawansowani ucieszą się zapewne z mechanizmu umożliwiającego narysowanie wykresu dowolnej funkcji i zmianę rozmaitych parametrów. Innych bardziej zaciekawi „Multimedialna historia matematyki starożytnej", gdzie m.in. obszernie omówiono rozwój pojęcia liczby.

MULTIMEDIALNY ŚWIAT BIBLII

Pierwszy na polskim rynku multimedialny przewodnik, popularyzujący wiedzę na temat Biblii.



PIERWSZY i od razu znakomity. Redakcji naukowej przewodnika, wspólnego dzieła wydawnictw Edgard Multimedia, Naos oraz Katolickiego Ośrodka Apostolatu Biblijnego, podjął się ks. prof. Waldemar Chrostowski, co gwarantuje wysoki poziom merytoryczny i uwzględnienie najnowszych osiągnięć biblistyki.

OŚ PROGRAMU stanowią artykuły przewodnie. Przyjęto podział na 6 działów tematycznych: „Ziemia Biblii", „Dzieje biblijnego Izraela", „Palestyna w czasach Jezusa", „Biblia hebrajska i chrześcijańska", „Dzieje księgi". Działom odpowiada 6 quizów. Bogato ilustrowane artykuły uzupełnione są mapami i tabelami, ramkami, w których podawane są różne ciekawostki, oraz nagraniami 240 fragmentów Pisma Świętego w interpretacji Jana Tesarza.

NAJWAŻNIEJSZE pojęcia objaśniono w leksykonie biblijnym. Zdjęcia pogrupowane są w 12 kolekcji, tworzących samoistne prezentacje. Filmy wideo przybliżają pejzaże Ziemi Świętej oraz odkrycia archeologiczne ważne dla biblistów.

PRZEWODNIK podaje cenne informacje o historii powstawania ksiąg biblijnych, dziejach przekazu tekstu oryginalnego oraz jego tłumaczeń i metod interpretacji. Przede wszystkim jednak maluje bogate tło staro- i nowotestamentowych wydarzeń, pomagając nam odczytać Biblię na tyle wnikliwie, że staje się Żywym Słowem.

VADEMECUM SZEFA

Pożyteczny program, ułatwiający prace biurowe i obsługę prawną małej firmy.



NAZWA „Vademecum szefa" jest nieco myląca: program przyda się nie tylko dyrektorowi czy kierownikowi, ale każdemu pracownikowi, który chce znać i rozumieć przepisy prawne, poprawnie sporządzać umowy, szybko wypełniać dokumenty podatkowe i kadrowe.

PROGRAM, wyprodukowany przez wrocławską firmę Yarston, składa się z trzech modułów. Podstawowy zawiera ponad 100 aktów z zakresu prawa podatkowego, prawa pracy, ubezpieczeń społecznych oraz innych dziedzin, związanych z działalnością gospodarczą. Pod niezbyt trafną nazwą „Premia" kryją się szablony dokumentów i formularzy (umowa zlecenia, świadectwo pracy, wezwanie do zapłaty itp.). Moduł „Info" pozwala na wyszukiwanie informacji o urzędach skarbowych, numerach kierunkowych, cenach usług pocztowych oraz podstawowych danych finansowo-statystycznych (np. średnie wynagrodzenie w wybranym okresie).

„VADEMECUM szefa" pozwala na błyskawiczne i precyzyjne przeszukiwanie aktów prawnych z uwzględnieniem rozmaitych kryteriów. Program jest aktualizowany 4 razy w roku, a pod pojęciem aktualizacji rozumiane są zmiany w przepisach prawnych, dodawanie nowych aktów oraz uzupełnianie działów „Premia" i „Info". Zmiany przepisów można śledzić na bieżąco na stronie internetowej „www.vademecum-szefa.wroc.pl".

Recenzje: Paweł Piasecki

Idealna Podróż

Dzięki roamingowi
w sieci Idea
możesz przekroczyć
wiele granic*
i wciąż
pozostaniesz
w zasięgu.

Andora, Australia, Austria, Azerbejdżan, Bahrajn, Belgia, Bośnia i Hercegowina, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Egipt, Estonia, Filipiny, Finlandia, Francja, Gibraltar, Grecja, Hiszpania, Holandia, Hong Kong, Indie, Indonezja, Irlandia, Islandia, Izrael, Jordania, Jugosławia, Katar, Liban, Litwa, Łotwa, Luksemburg, Makau, Malezja, Malta, Mauritius, Mołdawia, Monako, Namibia, Niemcy, Norwegia, Portugalia, Rosja, RPA, Rumunia, Senegal, Singapur, Słowacja, Słowenia, Stany Zjednoczone Ameryki, Szwajcaria, Szwecja, Tajlandia, Tajwan, Turcja, Ukraina, Węgry, Wielka Brytania, Włochy, Wybrzeże Kości Słoniowej, Zjednoczone Emiraty Arabskie.

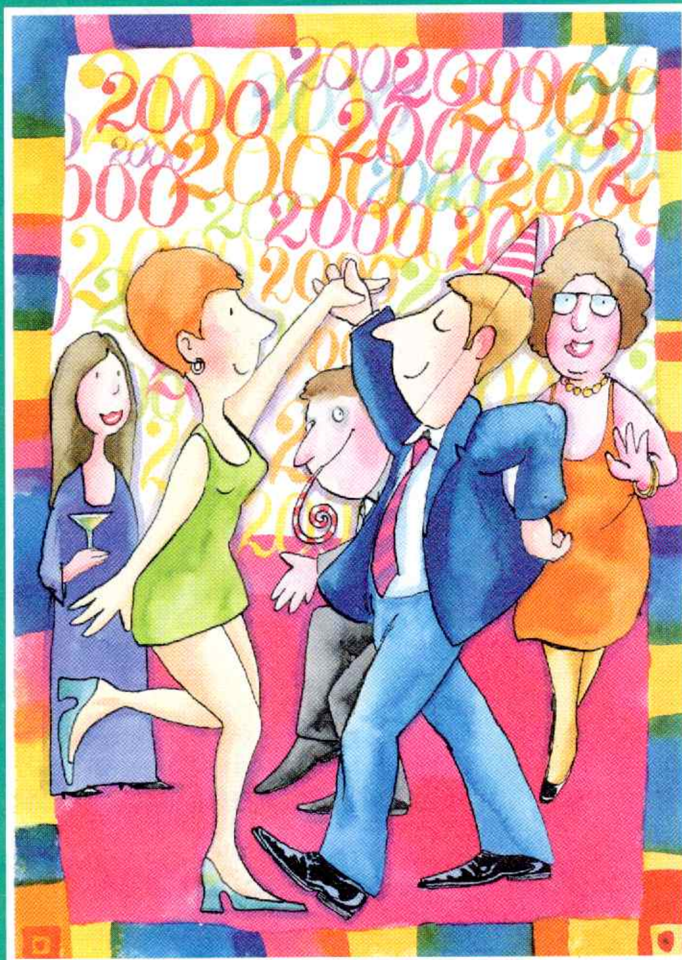


Dużo mówisz. Mało płacisz

Bezpłatna Infolinia 0-800 123456, www.idea.centertel.pl

*Już ponad 110 operatorów w 63 krajach na 5 kontynentach współpracuje z siecią Idea

od do słowa



WSZYSCY, albo prawie wszyscy, troszeczkę się obawialiśmy magicznej daty 2000. I nie ma się czemu dziwić, bo był to z pewnością najbardziej rozreklamowany sylwester w historii ludzkości. A do tego te koszmarne przepowiednie. Okazało się jednak, że nie było się czego bać i w większości przypadków nic się nie zmieniło. No, może z wyjątkiem sytuacji dwojga moich przyjaciół.

BYŁA sobota, około 9 rano. Brałam właśnie prysznic, kiedy zadzwonił domofon. Nie jest to idealna sytuacja do przyjmowania gości, ale cóż było robić, może to coś ważnego? Wyskoczyłam więc z łazienki i w drodze do słuchawki wykreowałam mimochodem kilka przecudnej urody kałuż.

– Halo!

– To ja, otwórz!

Nacisnęłam przycisk. W chwilę potem do moich drzwi zapukała Elka. Znamy się od lat i w ciągu tego czasu moja przyjaciółka zdążyła się zorientować, że nie lubię niezapowiedzianych wizyt. Skoro jednak zdecydowała się mnie zaskoczyć, sprawa musiała być poważna. I była. W progu stała kobieta z rozwianymi włosami, czerwonym nosem i spuchniętymi powiekami.

– Ona istnieje – wyszlochała na powitanie.

– Cześć, wejdź i daj mi chwilę, zaraz zrobię herbatę – odpowiedziałam i pobiegłam, żeby w ekspresowym tempie ze stanu łazienkowego doprowadzić się do stanu pokojowego. Chwilę potem włączyłam czajnik i usiadłam naprzeciwko Elki.

– Ona jest prawdziwa, całkiem prawdziwa – powtarzała, zanosząc się płaczem.

– Elu, kto jest prawdziwy, co się stało?

– No jak to kto? Ona! Eliza! – odpowiedziała wyraźnie zniecierpliwiona Elka. – Przecież ci o niej opowiadałam.

„Matko Boska, jaka Eliza?" – pomyślałam przerażona. – „O kogo jej chodzi?" – zrobiłam w myślach szybki przegląd znajomych. Poza Orzeszkową nie znałam ani jednej Elizy, zwłaszcza osobiście.

– Elu – zaczęłam nieśmiało. – Postaraj się trochę uspokoić i powiedz mi, o kogo ci chodzi? Bo ja, zdaje się, nie znam żadnej Elizy.

– Oczywiście, że nie znasz, za to ja j u ż znam! To ta mityczna Eliza od Pawła!

Nareszcie skojarzyłam, o co jej chodzi. Paweł to mąż Elki, a Eliza to legendarna kobieta jego marzeń, niezapomniana pierwsza miłość. Opowiadał nam o niej do znudzenia: że piękna, mądra, inteligentna, błyskotliwa, czuła, wyrozumiała itd. Poznali się podobno na studiach, zakochali w sobie od pierwszego wejrzenia, a potem zły los ich rozdzielił – ona wyjechała za granicę. On rozpaczał, aż wreszcie pogodził się z losem. Wreszcie poznał Elkę, „ogień jej miłości powoli ogarnął i jego", no i w końcu się pobrali. Nigdy nie mogłam zrozumieć, jak ona może znosić takie opowieści o innej kobiecie. Ale Elka wysnuła na ten temat swoją teorię – słuchając opowieści męża doszła do wniosku, że Eliza to wytwór jego marzeń, bo przecież nie miał żadnego jej zdjęcia, nawet jednego listu i żaden jego znajomy ze studiów jej nie pamiętał. Uznała, że Paweł chce jej po prostu zrobić na złość, chce, żeby była zazdrosna. On wprawdzie próbował tłumaczyć, że zdjęcie zniszczył, a kolegom zabronił wspominać o Elizie, ale Elka wiedziała swoje. Zdaje się, że jednak nie miała racji.

– Jak to się stało? Kiedy?

– Jak to kiedy?! – zdenerwowała się Elka. – Na balu!

„Ups!" – pomyślałam. Ten sylwester miał być spełnieniem marzeń Elki. Zawsze chciała pojechać na Wyspy Kanaryjskie, zwłaszcza na sylwestra, a najbardziej na tego 2000. Przekonała Pawła, który jest raczej domatorem. Już wiosną zeszłego roku zarezerwowała bilety i hotel. To miał być niezapomniany wyjazd. I był. Ale chyba nie takich wrażeń oczekiwała.

– Zacznij od początku – zasugerowałam.

– Od początku?! Nie ma żadnego początku! Jest tylko jeden wielki koniec! – szlochała.

Cierpliwie czekałam, aż trochę się uspokoi i wszystko mi opowie.

– No więc... Najpierw wszystko było tak, jak to sobie wymarzyłam – zaczęła nieśmiało. – Słońce, plaża, palmy, lazurowe morze... Po prostu sielanka. Zdążyłam się nawet trochę opalić. No i ten bal – walce, tanga, piękna sala, pyszne żarcie, mnóstwo dobrego wina. Aż do tego momentu bawiliśmy się obydwoje wyśmienicie. Może gdybym wtedy nie poszła do toalety... W każdym razie wracam, a Pawła nie ma przy stoliku. No więc czekam pięć minut, dziesięć, wreszcie idę go szukać. Patrzę, a on stoi czerwony jak burak i rozmawia z jakąś smukłą brunetką. Trochę się zdziwiłam, bo przecież on nie zawiera ot tak znajomości, więc podchodzę. „Tu jesteś, wszędzie cię szukałam" – mówię. A on patrzy na mnie nieprzytomnym wzrokiem i słowa nie może z siebie wydusić. Wtedy ona się odzywa – „Pani pewnie jest żoną Pawła, miło mi panią poznać, Eliza Jones". Na to mój mąż odzyskuje mowę i mówi – „To właśnie jest Eliza, o której ci opowiadałem". Wyobrażasz sobie, jak mnie zatkało. Ledwo wykrztusiłam imię i nazwisko. A on dalej – „Wyobrażasz sobie, co za spotkanie! Po tylu latach! I to gdzie – na Kanarach! I pomyśleć, że ja nie chciałem jechać!" I oczywiście prawie cały wieczór spędzili razem. A ja siedziałam przy stoliku i udawałam, że świetnie się bawię. A potem tylko słuchałam, jaką ona zrobiła karierę i że oczywiście w ogóle się nie zmieniła. Żebyś ty wiedziała, jaka ona jest piękna! I do tego wrócili z nami do Polski, bo jej mąż finalizował tutaj jakąś transakcję. Paweł był z nią na kolacji! Sam! A najgorsze jest to, że oni mają zamiar przenieść się tutaj! I co ja mam zrobić?

Od odpowiedzi uratował mnie dzwonek telefonu.

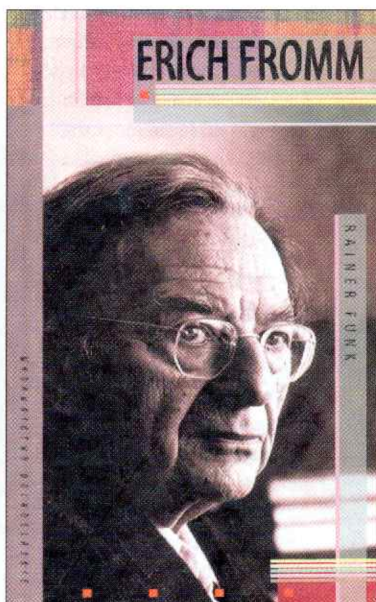
– Halo? Mówi Paweł, masz chwilę? Przepraszam, że ci przeszkadzam, ale widzisz, mam problem z Elą. Od powrotu z Kanarów jest jakaś dziwna. W ogóle ze mną nie rozmawia, zmieniła fryzurę, biega na jakieś tam masaże, do kosmetyczki, kupuje ciągle nowe ciuchy. Nie wiem, co o tym wszystkim sądzić. Wiesz, wydaje mi się, że ona kogoś ma... Przecież musisz coś wiedzieć...

Małgorzata Węgrzecka

rys. M. Bruchnalski

R. Funk
ERICH FROMM
Wydawnictwo Dolnośląskie

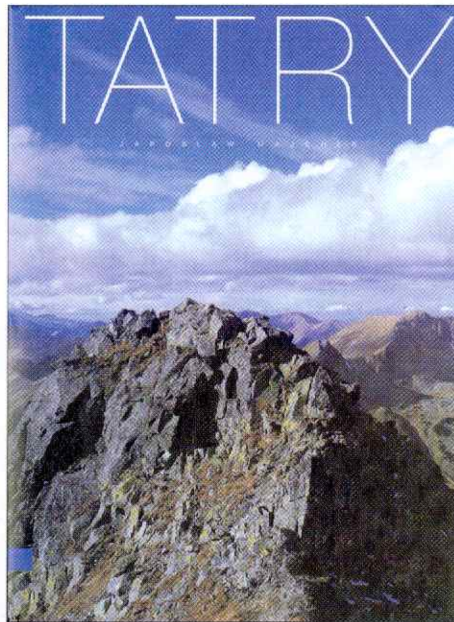
„JAK DALECE życiowa praktyka pozbawiona jest sprzeczności i wymiaru irracjonalnego, tak dalece jedynie może nasza mentalna mapa korespondować z rzeczywistością" – tak twierdził Erich Fromm, jeden z najwybitniejszych myślicieli XX w. Zajmował się zagadnieniami filozoficznymi, psychologicznymi oraz społecznymi, stworzył system zwany psychoanalizą humanistyczną. W swoich rozważaniach wiele miejsca poświęcił jednostce, ukazując dramat współczesnego człowieka poszukującego sposobów przezwyciężania samotności. Człowieka, który poprzez miłość, twórczość i poznanie pragnie zrealizować swoje najgłębsze potrzeby psychologiczne.



KLUCZEM do zrozumienia prac Ericha Fromma może okazać się niniejsza publikacja. Już we wstępie książki Rainer Funk zwraca uwagę na dwa fenomeny twórczości wielkiego myśliciela. We wszystkich publikacjach i wypowiedziach Fromma trudno się doszukać poważnych sprzeczności, uderza natomiast trwałość i ciągłość myślenia. Zwraca uwagę również fakt, że myśli filozofa są odbiciem jego życia. Myśli te ukształtowały się między innymi pod wpływem żydowskiego otoczenia Fromma, jego przodków i nauczycieli *Talmudu.*

J. Majcher
TATRY
Wydawnictwo Podsiedlik-Raniowski i Spółka

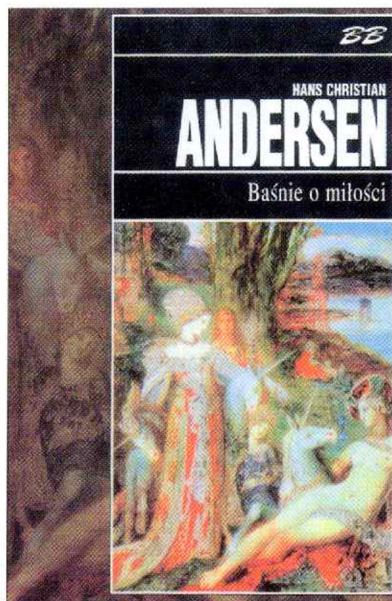
JAROSŁAW Majcher, fotograf i dziennikarz, jest autorem licznych wystaw indywidualnych i zbiorowych, m.in. „Las tatrzański" (1989), „Czas przemijania, czas przetrwania..." (1990). Zdjęcia o tematyce górskiej stanowią trzon twórczości Majchera, na którą składa się także najnowszy album.



NASTROJOWE fotografie ukazują najpiękniejsze zakątki polskich gór. Krok po kroku autor odsłania urok miejsc zarówno tych dobrze znanych, jak i tych, gdzie docierają tylko najwytrwalsi turyści. Wydaje się, że Tatry nie mają przed nim tajemnic, że fotograf przemierzył je wzdłuż i wszerz. A jednak zdjęcia Majchera wciąż tchną świeżością, tak jakby fotograf po raz pierwszy odkrywał piękno górskich szczytów, rozpadlin, dolin. Tatrzańską florę i faunę, góry w różnych porach roku, a nawet porach dnia – wszystko to znaleźć można na kartach albumu *Tatry.* Pejzażowe atrakcje dopełnia krótki, wysmakowany komentarz autora.

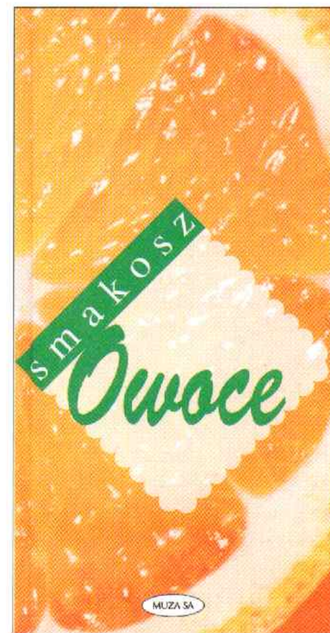
H. Ch. Andersen
BAŚNIE O MIŁOŚCI
Muza

PISAŁ humoreski, wiersze i powieści, ale to baśnie rozsławiły jego nazwisko – mowa tu oczywiście o Hansie Christianie Andersenie. *Mała syrena, Królowa śniegu, Pasterka i kominiarczyk, Dziewczynka z zapałkami* i wiele, wiele innych baśni jego autorstwa dostarczyły dzieciom na całym świecie niezapomnianych wzruszeń. W Polsce pierwsze wydanie baśni Andersena ukazało się już w 1859 roku. Baśnie o miłości kierowane dziś do Czytelników to starannie dobrana kompozycja utworów pisarza. Pisarza, który w ciągu swojego życia trzykrotnie doświadczył nieszczęśliwej, nieodwzajemnionej miłości. Być może to pod wpływem tych właśnie uczuć powstały najpiękniejsze baśnie, których bohaterowie tęsknią, kochają, poznają gorzki smak smutku i rozczarowania. Świat baśni Andersena z jednej strony wydaje się być niezwykle realistyczny, z drugiej zaś magiczny i niezbadany, kryjący wiele zaskakujących tajemnic. Jedno wszakże nie ulega wątpliwości – jest to świat nieśmiertelny, w którym i na małych i na dużych Czytelników czekają niezapomniane przygody.



J. Bastyra, J. Canning
OWOCE
Muza

ŚWIĘTA Bożego Narodzenia nieodmiennie kojarzą się z suto zastawionym stołem, na którym goszczą tradycyjne, często ciężkostrawne potrawy. Ale święta już za nami, a w publikacji wydawnictwa Muza znaleźć można wspaniałe przepisy na cały rok.



OWOCE często podawane są na deser, a tymczasem odpowiednio przyrządzone, mogą być smacznym daniem głównym. Na targach i w sklepach coraz częściej spotkać można egzotyczne owoce, które kuszą kolorami, kształtem, ale przed kupnem powstrzymuje nas niewiedza. Jaki mają smak, jak je przyrządzić i z czym podać? Autorzy książki *Owoce* uchylają rąbka tajemnicy i w przystępny sposób opowiadają o pochodzeniu i różnych odmianach danego owocu. Nie brakuje także szeregu cennych rad, związanych z wyborem, zakupem i przechowywaniem owoców, zarówno tych doskonale znanych, jak i egzotycznych. Kolorowe ilustracje uzupełniają przepisy kulinarne, czyniąc z poradnika *Owoce* prawdziwy rarytas dla smakoszy.

Recenzje: Agnieszka Guzek

ŚWIAT TO ZA MAŁO

reż. Michael Apted

NAZYWA się Bond. James Bond. I już od ponad 25 lat jest jednym z największych bohaterów masowej wyobraźni. Grało go w tym czasie pięciu aktorów, z których do dziś najwyżej ceniony jest Sean Connery. Agent 007 przez wiele lat był w naszym kraju postrzegany jako jeden z największych wrogów jedynie słusznego ustroju. Na szczęście tamte czasy to już przeszłość i polscy widzowie z zapałem nadrabiają wieloletnie zaległości. Wszystkie filmy z Bondem (a ten najnowszy to już dwudziesty), to przeboje wypożyczalni wideo, a prezentowane w telewizji – przyciągają ogromną widownię. Zanim jednak najnowsze przygody superagenta trafią do wypożyczalni i telewizji, minie zapewne kilka miesięcy. Tymczasem można się na nie wybrać do kina. Występujący po raz trzeci w roli Bonda Pierce Brosnan i tym razem musi uratować świat. I tym razem pomaga mu piękna dziewczyna (Denise Richards), i tym razem pojawia się na jego drodze zła kobieta (Sophie Marceau). Są oczywiście pościgi, bijatyki, seks i niezwykłe bondowskie gadżety, przygotowywane jak zawsze przez niezawodnego Q (któremu tym razem pomaga asystent – R – John Cleese, znany choćby z Monty Pythona). Słowem – bajka. I jak przyjemnie się ją ogląda!

PROSTA HISTORIA

reż. David Lynch

DAVID Lynch to jeden z najbardziej niezwykłych twórców współczesnego kina. Ma w swoim dorobku tak oryginalne obrazy jak „Blue Velvet". „Twin Peaks" czy „Dzikość serca". I jak na Lyncha przystało, znowu zrobił film niezwykły i niekonwencjonalny. Przede wszystkim niekonwencjonalny w stosunku do swojej dotychczasowej twórczości. „Prosta historia" to rzeczywiście prosta historia. Opowiada o starym człowieku, który dowiedziawszy się o ciężkiej chorobie równie starego brata, postanawia go koniecznie odwiedzić. W tym celu wsiada na zdezelowany ciągnik ogrodniczy i przemierza nim całe Stany. Oczywiście po drodze spotyka wielu niezwykłych ludzi, co jest pretekstem do prowadzenia dysput o sprawach najważniejszych lub zupełnie mało ważnych. Oto prawdziwa Ameryka – stara się powiedzieć Lynch. A mnie ten film nieodparcie kojarzy się z uniwersalną prozą Saint-Exupery'ego. Ale to chyba dobre (przede wszystkim dla reżysera) skojarzenie.



SZÓSTY ZMYSŁ

reż. M. Night Shyamalan

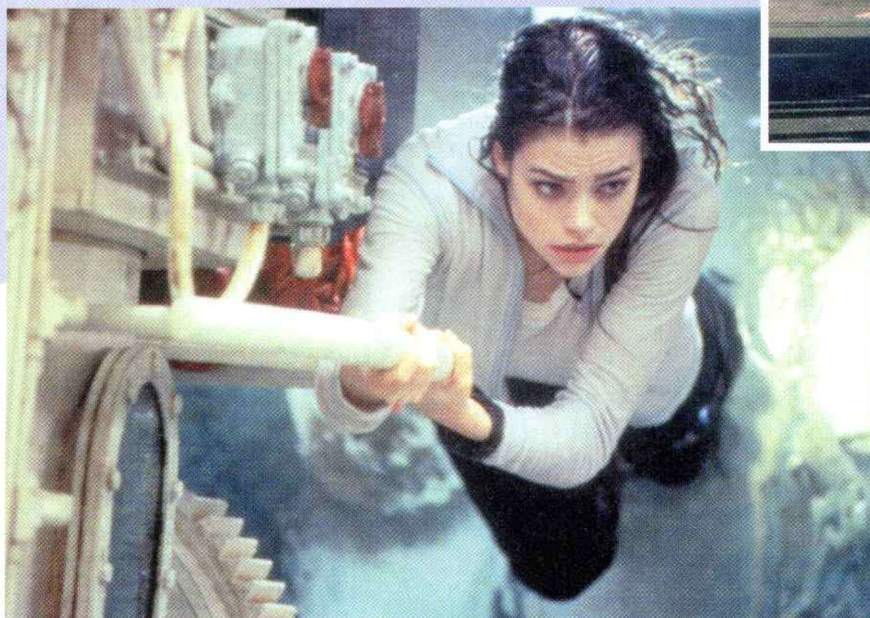
WYDAJE się, że Bruce Willis jest zmęczony nieustannym występowaniem w rolach twardzieli i jedynych sprawiedliwych, od których zależą losy świata, a przynajmniej jakiejś całkiem sporej społeczności. Coraz częściej grywa postaci zgoła inne – a to na przykład jakiegoś wyjątkowo wrednego wojskowego, albo mającego kłopoty z samym sobą psychiatrę. Wychodzi mu to różnie, ale najczęściej lepiej, niż gorzej. Tak też jest w przypadku jego najnowszego filmu „Szósty zmysł", który stał się w USA drugim, po „Gwiezdnych wojnach", przebojem kasowym minionego roku. „Szósty zmysł" to mroczny, metafizyczny thriller, który od początku do końca trzyma widza za gardło, ale nie dzięki zawrotnemu tempu akcji, widowiskowym pościgom i walkom. Tu liczą się emocje i niezwykła atmosfera. A tę niezwykłość narzuca sama fabuła, która opowiada historię pewnego dziecka (znakomity dziesięciolatek Haley Joel Osment) mającego nadnaturalną zdolność porozumiewania się z ludźmi, którzy nie żyją. Willis natomiast (naprawdę nieźle i przekonująco) gra lekarza, który ma pomóc chłopcu wyjść z tego stanu. Pomoc ta przybiera inny od zamierzonego kształt. A jaki? Zobaczcie Państwo sami.



DIAMENTOWA AFERA

reż. Les Mayfield

MARTIN Lawrence to człowiek, który gwarantuje, że film z jego udziałem będzie niewątpliwie niezłą komedią sensacyjną, a przy okazji zarobi sporo pieniędzy. Kto oglądał obraz „Bad Boys", wie, o co chodzi. Nie inaczej jest też z najnowszym filmem, w którym Lawrence gra główną rolę. „Diamentowa afera" to historia złodzieja, który na terenie pewnej budowy ukrywa kosztowny diament. Po odsiedzeniu dwóch lat w więzieniu postanawia odzyskać łup. Problem jednak w tym, że na terenie dawnej budowy teraz stoi okazały... komisariat policji. Co robi zdesperowany złodziej? Zostaje policjantem. A jego metody pracy są tyleż niekonwencjonalne, co skuteczne, czym zaskarbia sobie uznanie kolegów z policji. „Diamentowa afera" to typowa sensacyjna komedia omyłek. Na tyle jednak wciągająca i oryginalna, że już po kilku dniach wyświetlania w Stanach Zjednoczonych dotarła do pierwszego miejsca na liście najchętniej oglądanych filmów. Ciekawe, czy podobnie będzie w Polsce.

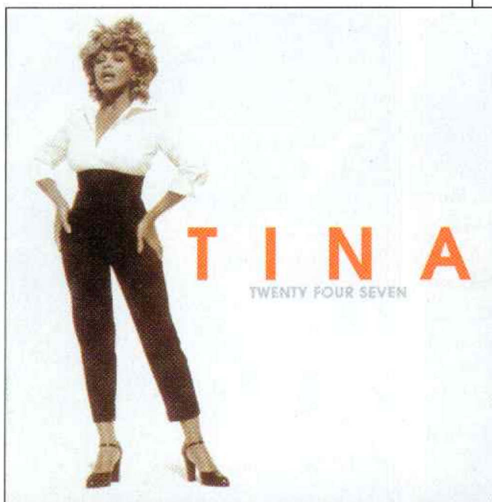


Andrzej Ignatowski, CKM

foto: BE&W

Autorem zdjęcia do filmu „Dług" (recenzja w Profil-u nr 12/99) jest p. Jerniasz Prokopowicz

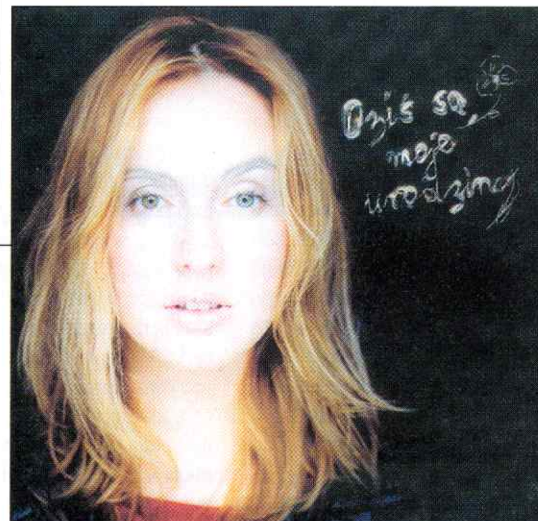
TINA TURNER
Twenty Four Seven



TRUDNO w to uwierzyć, ale Tina Turner skończyła niedawno 60 lat! Wiek nie przeszkadza jednak artystce w dawaniu zawsze niezwykłych koncertów i utrzymywaniu się w światowej czołówce popu. Najnowszy album z pewnością potwierdzi tę pozycję i tak jak kilka poprzednich znajdzie ogromne grono nabywców. „Twenty Four Seven" to typowa dla Tiny płyta. Składa się na nią melodyjny pop z lekko rockowymi aranżacjami, czyli to, co wokalistka prezentuje od kilkunastu lat, i za co tak lubią ją słuchacze. Jeśli więc jesteście fanami Tiny Turner, kupujcie ten album w ciemno. Nie zawiedziecie się.

EDYTA BARTOSIEWICZ
Dziś są moje urodziny

TA PŁYTA, prędzej czy później, musiała zostać wydana. Edyta Bartosiewicz ma przecież w swoim dorobku wiele przebojowych nagrań, które z powodzeniem mogłyby tworzyć całkiem zajmujący zestaw typu „The Best Of". I tak właśnie jest na tym krążku. Edyta wybrała 14 jej zdaniem najlepszych piosenek ze swych pięciu wydanych do tej pory albumów. Zestaw zaiste imponujący, bo jest w nim wszystko, co być powinno – z „Jenny", „Snem", „Szałem" i „Ostatnim" włącznie. A jakby tego było mało, są jeszcze dwa premierowe utwory, w tym – promujący ten album i jak najbardziej adekwatny do obecnych czasów – „XXI wiek". To płyta, którą każdy fan (i nie tylko) Edyty Bartosiewicz mieć powinien.



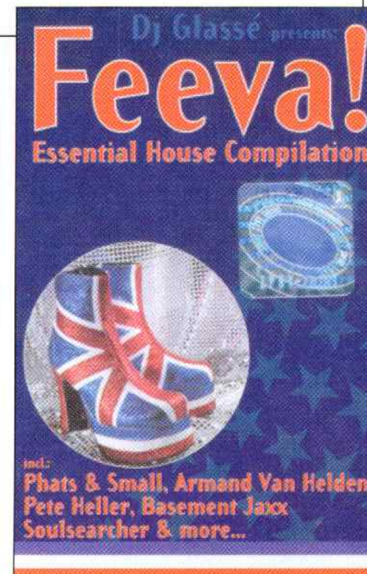
RENI JUSIS
Era Renifera



DEBIUTANCKI album Reni Jusis był jednym z większych hitów 1998 r. Artystka doceniona została zresztą nie tylko przez publiczność, ale także przez branżę muzyczną, czego dowodem jest kilka statuetek Fryderyków. Postawiła więc sobie poprzeczkę bardzo wysoko. Czy nowy, drugi album Reni spełnia ogromne oczekiwania? Spełnia, ale tylko częściowo. To dobrze wyprodukowana i dobrze zaśpiewana płyta. Widać, a właściwie słychać, że Reni jest osobą, która doskonale wie, o co jej chodzi. Słychać też, że jest zafascynowana twórczością Lauryn Hill i „regałowymi" klimatami. Takie inspiracje to nie grzech, ale przez to tej niezłej przecież płycie brak radości i świeżości „zakręconego" debiutu. I jeszcze jedno. Brak na tej płycie murowanych hitów. A wybrany na pierwszego singla cover 10CC „Dreadlock Holliday" to, paradoksalnie, najsłabszy utwór z tego albumu, szczerze mówiąc – w ogóle niepotrzebny.

RÓŻNI WYKONAWCY
Feeva!

I JESZCZE jedno karnawałowe danie. Nazywa się „Feeva" i przynosi esencjonalną dawkę klubowej muzyki tanecznej. Bardziej wyrobionych bywalców parkietów ani do słuchania, ani do tańczenia, przy takiej muzyce namawiać nie muszę. Zaręczam jednak, że sporo przyjemności ze słuchania tego krążka (no i oczywiście z tańczenia przy nim) będą mieli także i ci – przepraszam za wyrażenie – mniej wyrobieni. Tak więc – Panie i Panowie – tańce czas zacząć!





RÓŻNI WYKONAWCY
Pozytywne wibracje

SERIA „Pozytywne wibracje" to bez wątpienia najlepsze składanki, jakie ukazują się ostatnimi czasy w naszym kraju. To muzyka nietuzinkowa – niby pop, ale przecież wysokiej próby, a do tego okraszona klimatami jazzowymi, ambientowymi, soulowymi, acidowymi i wieloma, wieloma innymi. Słowem – znakomita kuchnia ze znakomicie dobranymi przyprawami. A propos smaku – oczywiście jest ważny, ale równie ważny jest także anturaż, w jakim dokonujemy konsumpcji ulubionego dania. „Pozytywne wibracje" najlepiej spożyć w czasie tegorocznego karnawału. Z pewnością będą wtedy smakowały wybornie.

Andrzej Ignatowski, CKM

MIASTO

W 1910 roku Karl Sheffler napisał: „Berlin nieustannie się zmienia i nigdy nie stoi w miejscu". Minęło prawie 90 lat, a słowa te są nawet bardziej prawdziwe niż wtedy. Stolica Niemiec na naszych oczach przybiera nowe i fascynujące oblicze.

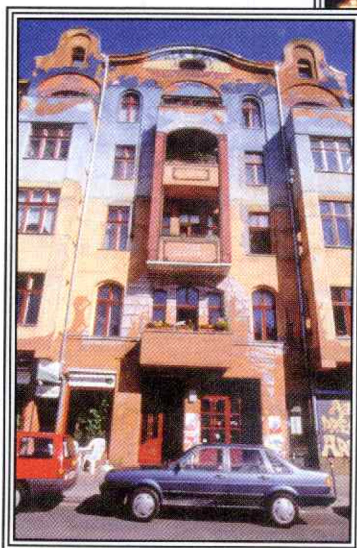
BERLIN został stolicą państwa dopiero w XV wieku, późno więc stanął w szranki z innymi europejskimi stolicami. Paryż, Londyn, Madryt i Rzym były w owym czasie ważnymi ośrodkami gospodarczymi i politycznymi, Berlin dopiero zaczynał budować swoją pozycję. Znaczenie miasta rosło wraz ze wzrostem potęgi Prus. Za panowania Fryderyka Wielkiego (1740-1786) powstały reprezentacyjne budowle, które do dziś kształtują sylwetkę berlińskiego śródmieścia (Arsenał i Opera przy Unter der Linden, katedra św. Jadwigi, Stara Biblioteka). W 1871 r. utworzono Rzeszę Niemiecką ze stolicą w Berlinie. Stało się to silnym impulsem do rozwoju. Berlin w krótkim czasie urósł do rangi europejskiej metropolii i największego miasta przemysłowego kontynentu. Gwałtownie zwiększała się liczba ludności – od 1,9 mln w 1900 r. do 3,9 mln w 1920 r.

DO MOMENTU objęcia władzy przez nazistów w 1933 r., miasto przyciągało awangardowych artystów. To tutaj tworzyli tacy malarze, jak Emil Nolde, Wassili Kandinsky, Max Liebermann i George Grosz, spośród pisarzy zaś: Bertolt Brecht, Kurt Tucholsky i Carl von Ossietzky. Mieszkający w Berlinie Carl Bosch, Albert Einstein i prekursor fizyki kwantowej – Werner Heisenberg otrzymali nagrodę Nobla. Christopher Isherwood opisał Berlin lat 20. i początku lat 30. w powieści „Goodbye to Berlin", na podstawie której nakręcono słynny „Kabaret" z Lizą Minelli.

TAMTEN Berlin umarł bezpowrotnie wraz z mianowaniem Adolfa Hitlera kanclerzem Rzeszy. Naziści najpierw zniszczyli przesiąkniętą duchem swobody atmosferę miasta, a potem, w wyniku swojej polityki, doprowadzili do ruiny samo miasto. Po drugiej wojnie światowej podzielony Berlin utracił dawne znaczenie. Berlin Zachodni stał się miastem bez państwa. Ogromne fundusze, płynące z RFN, uczyniły z niego wprawdzie okno wystawowe Zachodu, ale nie przywróciły mu rangi światowej metropolii. Z kolei Berlin Wschodni, pokazowe miasto maleńkiego i ubogiego NRD, błyszczał co najwyżej na tle stolic „bratnich krajów socjalistycznych". Kiedy więc w 1990 r. mur berliński zniknął, trzeba było rozpocząć szybkie scalanie dwóch nieprzystających do siebie organizmów.







Nowy stary Berlin

NIEGDYŚ plac Poczdamski był najbardziej ruchliwym placem Europy. Po wojnie przez jego środek poprowadzono granicę między sektorem radzieckim a brytyjskim, tym samym pozbawiając to miejsce jakiegokolwiek znaczenia poza militarnym. Dziś plac Poczdamski znalazł się ponownie w centrum miasta. Charakterystyczne sylwetki wieżowców Sony i Daimler-Benz pretendują do symbolu nowego Berlina. Ultranowoczesna zabudowa, choć dla niektórych zbyt „chłodna", jest przykładem dobrej współczesnej architektury. Wieżowce nie biją rekordów wysokości, a liczne sklepy, kina i restauracje sprawiają, że plac tętni życiem jak dawniej. Warto przyjść tutaj na seans do kina IMAX, gdzie obrazy są wyświetlane na gigantycznym, półokrągłym ekranie. Widz odnosi wrażenie, jakby naprawdę zanurzał się w podwodny świat rafy koralowej, przedzierał się przez gąszcza puszczy amazońskiej czy spoglądał na bezkresny krajobraz z wierzchołka Mt. Everestu. Spokojniejszych, lecz także przyjemnych wrażeń dostarcza wizyta w centrum handlowym Arkaden. W pobliżu placu Poczdamskiego postawiono niewielki budynek, tzw. Info-box, z którego rozciąga się widok na rozległy las dźwigów. Tutaj, w miejscu dawnej granicy podzielonego Berlina, powstaje dzielnica administracyjno-rządowa nowej stolicy. Wraz z jej wybudowaniem zniknie sztuczna wyrwa w środku miasta.

SCALANIE miasta widać również na dobrze znanej Polakom Friedrichstrasse. To przez punkt graniczny na Friedrichstrasse tłumy naszych rodaków w 1989 r. spieszyły na tzw. polski targ czy do sklepów Berlina Zachodniego. Również przy tej ulicy znajdo-

NIEDOKOŃCZONE

wało się słynne przejście graniczne Checkpoint Charlie, znane z wielu filmów szpiegowskich. Obok niego czynne jest Muzeum Muru (Haus am Checkpoint Charlie), dokumentujące historię tej ponurej budowli. Wizyta w tym miejscu pomaga lepiej zrozumieć Berlin i sens terminu „żelazna kurtyna". Znajdziemy tu urządzenia samostrzelające SM-70, wstrząsającą dokumentację fotograficzną, „samochody pancerne" domowej roboty, lotnie i balony oraz inne urządzenia, służące do ucieczki przez „antyfaszystowską granicę pokoju".

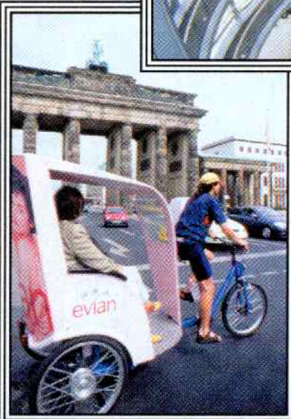
PO ZJEDNOCZENIU na Friedrichstrasse szybko wkroczyły firmy budowlane. Dziś ta zaniedbana do niedawna ulica przyciąga odzyskanym splendorem. Pełno tu dobrych sklepów i restauracji. Koniecznie trzeba odwiedzić Galerie Lafayette, której wnętrze zachwyca świetną architekturą i markowymi francuskimi wyrobami.

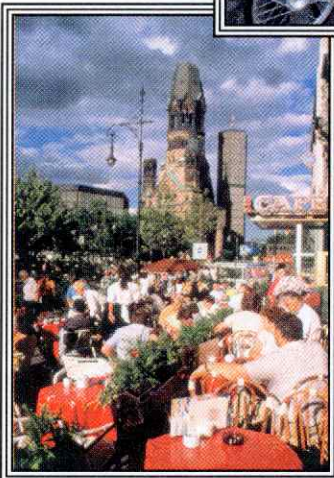
Berlin kulturalny

PRZY ulicy „szklanej świątyni" zakupów, wstydliwie przycupnął zupełnie inny świat – ruiny, mury pokryte grafitti, wrak trabanta, stosy gruzu i żelastwa. Mowa tu o „Tacheles", alternatywnym centrum kultury i sztuki, założonym w 1990 r. w ruinach pasaży Friedrichstrassen. Berlin na dziesiątki lat utracił swe znaczenie polityczne i gospodarcze, ale zachował status centrum kultury awangardowej. Dzielnice Kreuzberg na Zachodzie i Prenzlauerberg na Wschodzie przyciągały licznych artystów jeszcze w czasach podziału miasta. Po zjednoczeniu wiele galerii, kabaretów i klubów powstało w dawnym śródmieściu wschodniego Berlina – Mitte. Ich siedzibami są często opuszczone fabryczki, pralnie i magazyny. Tym sposobem dawna pustynia kulturalna przekształca się w centrum współczesnej sztuki niemieckiej. Obecnie w mieście działa 300 galerii sztuki. Sprawdzenie oferty wszystkich byłoby zadaniem dość trudnym, dlatego znawcy polecają wizytę przynajmniej w daad Galerie (Tiergarten), która prezentuje starannie wybranych twórców różnych szkół oraz kawiarnię artystyczną Café Phillis przy Pohlstrasse. Mieszczący się w starym magazynie lokal to modne ostatnio połączenie galerii z barem. Informacje o galeriach sztuki i ośrodkach kultury alternatywnej zdobyć można w centrum informacji turystycznej w Europa-Center przy Ku'dammie lub z pierwszej ręki na ulicach Kreuzbergu.



BERLIN przyciąga również miłośników „tradycyjnej" kultury. Działają tutaj 3 opery, 8 orkiestr symfonicznych i 18 teatrów. Atrakcyjność oferty kulturalnej miasta nie leży jednak w ilości, lecz w jakości. Orkiestra berlińskiej filharmonii uważana jest za najlepszą na świecie, a „Friedrichstadtpalast" za największy i jeden z najciekawszych teatrów rewiowych w Europie. W pobliżu głównej siedziby marszałka Rzeszy Hermanna Göringa mieści się doskonały teatr im. Gorkiego. W Berlinie, jak rzadko w którym mieście, historia ingeruje w życie współczesne.





PETER Radunski, przedstawiciel berlińskiego senatu, miał powiedzieć, że „miasto ma więcej muzeów niż dni deszczowych". Tych pierwszych jest tutaj 170 i należą do najznakomitsztch na świecie.

NAJLEPSZYM z najlepszych jest zaś Muzeum Pergamońskie. Tuż za jego progiem usadowił się czarowny świat Antyku. Zwiedzający przechodzi pod babilońską bramą Isztar, staje przed ogromym ołtarzem pergamońskim i bramą z Miletu. Postacie bogów i gigantów na fryzie, opasującym ołtarz pergamoński, są naturalnej wielkości, a bramę Isztar pokrywają wizerunki przedziwnych stworów. Nie są to jedyne eksponaty, które szokują i zachwycają zarazem. Każda sala jest świątynią majestatycznego piękna. Co ważne, tego obcowania z pięknem nie zakłócają tłumy turystów. W porównaniu z British Museum czy Luwrem, ruch tu wciąż niewielki.

OBOK Muzeum Pergamońskiego stoją gmachy muzeum etnograficznego, Galerii Narodowej i Bodemuseum. To ostatnie mieści ekspozycję sztuki Egiptu oraz kolekcję rzeźb i papirusów. W Muzeum Historii Naturalnej przy Invalidenstrasse największe wrażenie robi szkielet gigantycznego brochiosaurusa. To fascynujące miejsce dla dorosłych i dzieci. Podobnie zresztą jak Muzeum Techniki i Transportu. Można tu zobaczyć, jak pracują najprawdziwsze maszyny parowe, zejść do kanału parowozowni i przyjrzeć się z bliska starym lokomotywom. Stoją tu luksusowe salonki z XIX w., najrozmaitsze parowozy, wagony i drezyny. Inna hala mieści pojazdy latające. Obok maleńkich samolotów z czasów I Wojny Światowej stoją samoloty szturmowe hitlerowskiej Luftwaffe, a nawet silniki do osławionej rakiety V-2.

Konsumpcyjna kraina marzeń

WARTA uwagi jest nie tylko oferta tutejszych muzeów. Dom Handlowy Zachodu (KaDeWe), Europa-Center, Quartier 206 i Galerie Lafayette czynią z Berlina najlepsze pomiędzy Warszawą a Paryżem miejsce do robienia zakupów. Główną ulicą handlową w zachodniej części miasta pozostał Kurfürstendamm (Ku'damm). Przy niej i przy ulicach sąsiednich mieszczą się sklepy E. Braun (Salvatore Ferragamo, Christian Lacroix, Hermes), Zenker (Bogner, Calvin Klein), Kramberg (Gucci, Donna Karan, Vivienne Westwood), butiki Prady, YSL, Laury Biagotti i Escady, Laurel i Cerutti, Kenzo i Gaultier. Ku'damm to również siedziba najlepszych sklepów jubilerskich w mieście: Cartier i Tiffany. Przy pobliskiej Fasanenstrasse ulokowali się Bulgari, Chanel i Fendi oraz wiele galerii, księgarń i sklepów muzycznych. Jednak okolice Ku'damm nie są wcale oazą luksusu. Obok drogich sklepów mieszczą się tanie domy towarowe, sklepy z używaną odzieżą i bary szybkiej obsługi. Kanclerz Bismarck pozazdrościł Paryżowi Pól Elizejskich i tak powstał Kurfürstendamm. Jednak nawet tutaj wkradł się duch proletariackiego Berlina. Mieszanka nie do przyjęcia w Paryżu, ale jak najbardziej do zaakceptowania w Berlinie.

Artur Stadnik

foto:BE&W

Informacja w Internecie:

www.btm.de – rezerwacja noclegów, kultura
www.berlin-info.de – informacja turystyczna
www.berlin.de/museen – informacja o muzeach

Dżentelmeni *i damy*

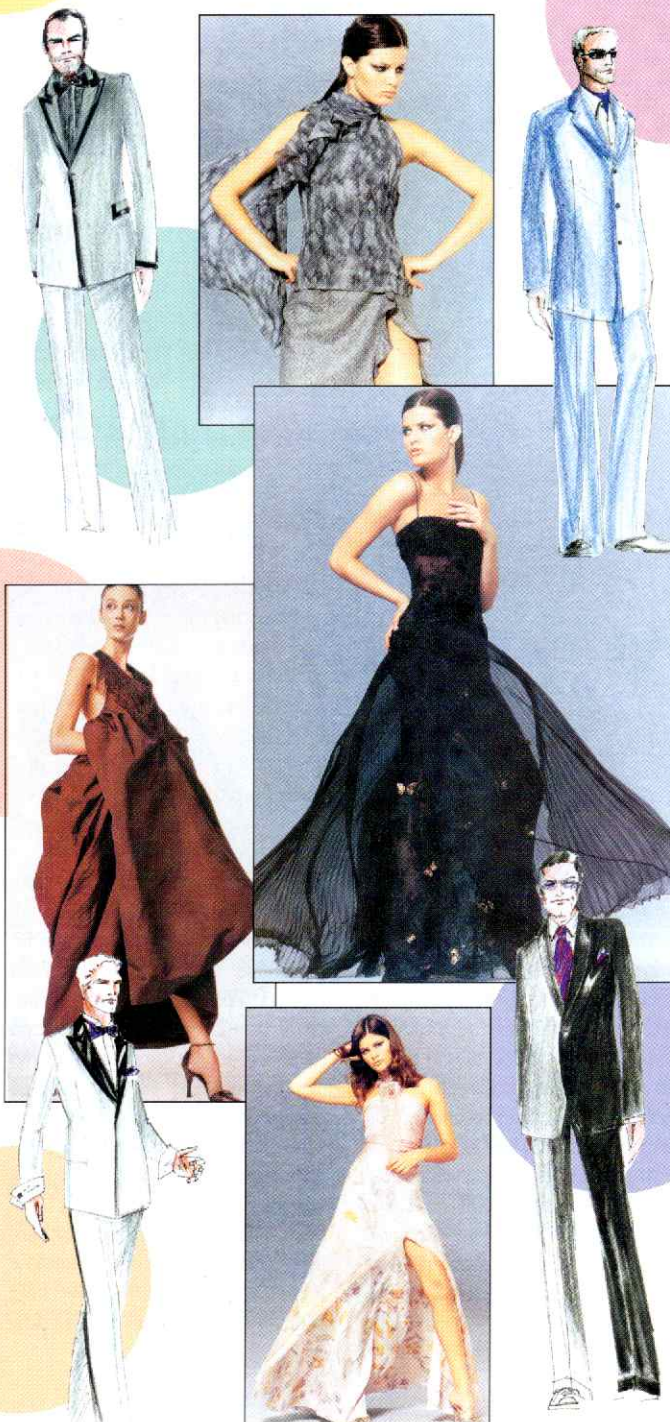
Sypie śnieg i konfetti – przed nami wielki karnawał – szaleństwo maskarad, bali i zabaw. Trzeba uczcić szampanem i tańcem wspaniałą datę 2000, aby przeszła do historii jako zachwycająca, wyjątkowa i niepowtarzalna, abyśmy mogli ją kiedyś wspominać z nutką nostalgii i łezką w oku.

WRACAMY do czasów, kiedy karnawał był traktowany jak jedno wielkie święto, a wielkie bale pyszniły się wspaniałymi toaletami pań, pełnymi przepychu tkanin, koronek, tiuli, wstążek i Bóg wie, czego jeszcze. Panowie prezentowali majestat, dostojeństwo i elegancję nie tylko nienagannym strojem, ale i wystudiowanymi pozami, konwersacją i wielkopańską wyniosłością. Najwyższym szacunkiem cieszył się galowy wojskowy mundur, przystrojony orderami, szarfami i odznakami. Słowem – były to szaleństwa pełne beztroski, śmiechu, groteski i absolutnego oddania tanecznym breweriom.

A JAK TO wygląda dzisiaj? Fantastycznie. W pięknych wnętrzach eleganckich hoteli i restauracji szampańsko bawi się elita współczesnego świata polityki, kultury, biznesu, a przyjęcia, ze swoją wykwintną oprawą kulinarną i muzyczną, jako żywo przypominają tamte dawne z dobrych czasów.

NA NIEZWYKŁYM karnawałowym balu garderoba także musi być niezwykła. To na pewno! Ale jaka? Bo przecież do dyspozycji mamy tylko garnitur i od lat niezmiennie obowiązującą czerń i biel. Czy można jakoś odejść od standardu? Męski ubiór jest tak konserwatywny, że w zasadzie odpowiedź brzmi – nie. Właściwie jesteśmy skazani na dwu lub trzyczęściowy strój, koszulę i krawat, jednak w karnawale możemy pozwolić sobie na drobne odstępstwa od normy. Należą do nich na przykład świetliście oranżowa kamizela lub przyciągający uwagę fular, albo chociażby piękne rękawiczki. Nieco blasku w tkaninie, jedwabny krawat, czy odrobina brylantyny we włosach także nikogo nie zdziwi. W końcu to czarodziejski czas, szampan szumi w głowie, można skryć twarz za wenecką maską, wejść w świat bajki, zakosztować radości i szczęścia.

NA WIELKI wieczór, na bardzo specjalną okazję, wszędzie tam, gdzie wymagana jest prawdziwa elegancja, można włożyć frak lub smoking. Nie wolno przecież ulotnej sztuki cygar i wykwintnego smaku dobrych win brukać plebejskim ubraniem. Obowiązuje więc najlepsza z najlepszych opraw, idealna wręcz prezencja czerni i bieli, i oczywiście arystokratyczna konwersacja. Nie wolno przy tym zapominać, że piękno męskiego ubrania tworzy dyskretny umiar i ledwie widoczne niuanse. Zadbajmy więc o maleńkie, ale jakże znaczące smaczki męskiego stylu: muszki, spinki do koszuli, dobry zegarek.



WSZYSTKIE niezwykłości i niesamowitości tego świata złożono u stóp dam. To najlepszy czas, aby pokazać superprodukcje za dziesiątki tysięcy dolarów, szyte na zamówienie zaraz po Haute Couture. Wydaje się, że wraz z fajerwerkami obwieszczającymi nadejście nowego Milenium, wielcy dyktatorzy mody eksplodowali milionem pomysłów, by uczcić kobiecość. Obok posągowej, skromnej, żeby nie powiedzieć ubogiej sylwetki, „oblanej" światłem ciężkich cekinów, przebojową karierę robi suknia ciasno przyklejona do gorsu i żeber, śmiało odsłaniająca ramiona, z obfitym, przypominającym czaszę dzwonu, dołem, w opalizującym żywym deseniu. Kolekcje na dwutysięczny rok skrzą się taftą, lamą, ciężkimi metalizowanymi materiami, szeleszczą szyfony, szumią wspaniałe wielowarstwowe organdynowe spódnice. Miękkie welury dają zaskakujące, nieprzewidywalne, wręcz kalejdoskopowe efekty, a koronek jest taka ilość, że aż kręci się w głowie. Jakby tego było mało, czaru kolekcji dopełniają pierzaste dodatki, kryształki, świecidełka, drobniutkie lustereczka i prawie niewidoczne cienkie ramiączka. A w tym wszystkim pobrzmiewa gdzieś echem teatralność stylu wieków XVIII i XIX. Takie sprzeczności stylu możliwe są tylko w modzie damskiej. Natomiast sekret męskiej elegancji tkwi zupełnie gdzie indziej. Panowie zakładają nie tylko koszulę, garnitur czy buty. Mężczyzna przede wszystkim zakłada... jakość, wykończenie, stylizację. I tak jest najlepiej.

BAWMY się zatem szampańsko w tegorocznym karnawale, zróbmy wszystko, aby był wyjątkowy i niepowtarzalny. A gdzieś między subtelnym walcem i ognistym tangiem pamiętajmy o starym przysłowiu – jak cię widzą, tak cię piszą. Nie tylko od nowego roku do tłustego czwartku.

Jan Kosieradzki
foto: archiwum autora,
rysunki autora

Idealna transmisja danych...



Z ręki do ręki

Teraz, przebywając poza biurem możesz bez problemu otrzymać niezbędne Ci dane. Wystarczy zadzwonić pod numer 0-800 123 456 lub *22 z telefonu **IDEA** i zgłosić chęć podłączenia usługi **DATA 100**.

DATA 100 obejmuje:

1. transmisję danych - w tym otrzymanie specjalnego numeru do transmisji danych; otrzymanie 100 minut darmowych połączeń na numery dostępowe do Internetu w sieci Idea (888 i 501 80 80 80).
Po wyczerpaniu darmowej puli minut kolejne według specjalnej taryfy.
2. możliwość korzystania z usługi **IDEA E -MAIL**.

Usługa **DATA 100** objęta jest opłatą aktywacyjną oraz abonamentem.

1000 spraw. Jedna IDEA

Bezpłatna Infolinia 0-800 123456, www.idea.centertel.pl
Serwis głosowo-faksowy SMS: 501 277 277

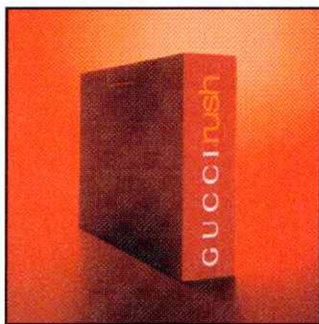
Teraz wystarczy ruszyć głową i ...palcami.

Zapach nowego i starego roku

Jak co roku, tak i teraz perfumiarze z zadowoleniem zacierają ręce – toż to najlepszy dla nich czas! Przecież nic tak doskonale nie dopełni czaru karnawałowej kreacji jak dobrze dobrany zapach. A jest w czym wybierać!

POD KONIEC ubiegłego roku gazety prześcigały się w podsumowaniach i propozycjach prezentów, a z racji premier perfumeryjnych, które wcześniej niż w marcu nie pojawią się w sprzedaży, jeszcze do końca lutego będą zestawiać i nagradzać najciekawsze kompozycje zapachowe mijającego sezonu. A działo się naprawdę wiele. Na dobre zadomowiła się w perfumeriach tendencja tworzenia par zapachowych o tej samej nazwie, po jednej kompozycji dla niej i dla niego. W tym roku nie tylko pojawiły się prestiżowe przykłady tej myśli, ale trafiła ona również do nisz zajętych przez produkty niżej pozycjonowane przez producentów. Tak więc mają swoje pary ludzie świetnie sytuowani, dla nich jest np. *Allure* dla pań i jej odpowiednik – tegoroczna nowość – *Allure* dla panów, czy *Contradiction* Calvina Kleina. Ci mniej zamożni, a równie wymagający dostali serię *Emporio* Armaniego, *Wild Wind* Gabrieli Sabatini, *Zipped* i *Unzipped*, a młodzież płci obojga *Mystery Australia*.

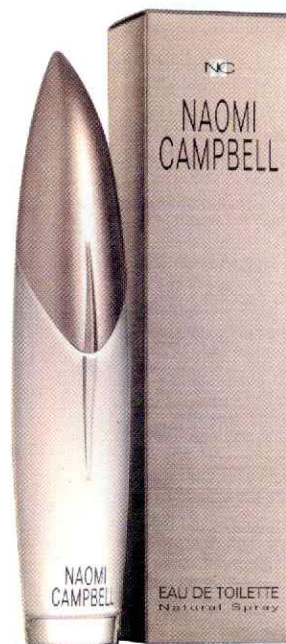
TENDENCJA ta na pewno utrzyma się jeszcze w nadchodzącym sezonie. Ludzie końca wieku, poszukując trwałych, niezmiennych wartości, bardzo często podkreślają, że najważniejsze z nich to miłość,



przyjaźń, małżeństwo, rodzina. Dwa różne zapachy zamknięte w podobnych flakonach, wyrażające tę samą myśl, idealnie pasują do stwierdzenia, iż dwie osoby tworzą parę na dobre i na złe. Do tego taka para perfum świetnie prezentuje się nie tylko na półce w sklepie, ale również na domowej toaletce.

TAKIE myślenie o produktach, mające na celu realizację głębokich potrzeb, jest na tyle silne, że nawet tak ewidentnie damska marka, jaką jest Gabriela Sabatini, zdecydowała się wprowadzić na rynek męski odpowiednik kwietniowej premiery dla pań – *Wild Wind*. I został on dostrzeżony, bo jest intrygujący, oryginalny, dobrze podany.

INNĄ panującą w świecie perfumeryjnym tendencją jest łączenie propozycji perfumeryjnych z konkretnymi postaciami ze świata mody. Do tuzów tego świata, firmujących swym nazwiskiem kompozycje zapachowe, wciąż dołączają następni, a przyszły rok już zapowiada kolejne nazwiska na tej niekrótkiej przecież liście. Niektóre domy nie ograniczają się do podpisania kontraktu z kreatorem mody czy piękną modelką. Wypuszczają kompozycję firmowaną jej nazwiskiem, licząc na stworzenie w przyszłości silnej marki. Tak jest ze *Star Parfums* i *Naomi Campbell*. Od światowej premiery minęły raptem trzy miesiące, a już teraz możemy być pewni, że w 2000 roku pojawi się na rynku druga kompozycja pięknej czarnoskórej top modelki. Czy nowe perfumy będą równie udane, zobaczymy niebawem. Na razie rozkoszujmy się tymi, które są.



ZAKOŃCZONY właśnie rok był też szaleństwem nowych wzorów: i spróbuje tej wyjątkowej kompozycji Toma Forda, musi najpierw przejść próbę spostrzegawczości i inteligencji, by uruchomić zmyślny aplikator.

A CO w niedalekiej przyszłości pokażą inni? Dunhill w Londynie przedstawił design nowej kompozycji zapachowej dla panów, której flakon jest idealną repliką klasycznej piersiówki. Zapach poznamy w marcu, ale butelka już dziś dowodzi, że znany do tej pory z angielskiej powściągliwości Dunhill może także w tej konkurencji być dla innych liczącym się przeciwnikiem. Gucci planuje wprowadzić męskie uzupełnienie wspomnianego tutaj *Rush*.



212 For Men (para do zeszłorocznej premiery dla pań Caroliny Harrera) zaskakuje magnetycznym połączeniem korka z flakonem. *RochasMan* – odświeżający, pobudzający zapachem świeżej kawy zapach Domu Rochas, kusi nie tylko oryginalną kulinarną wonią, ale przede wszystkim przyciąga wzrok nietypowym kształtem i opakowaniem. Wydaje się jednak, że szczytem wzornictwa i absolutnym numerem jeden w tej przedziwnej konkurencji jest najnowsza kompozycja domu Gucci – *Gucci Rush*. Ten flakon nie ma sobie równych, nie jest podobny do żadnego z istniejących – rażąca czerwień przypomina raczej talię kart bądź paczkę ekskluzywnych papierosów, a nie butelkę perfum. I zanim ktoś po raz pierwszy skusi się

NIECH więc domy perfumeryjne kontynuują przygotowania do kolejnego ważnego dla wszystkich sezonu, a my bawmy się tym, co mamy. Korzystajmy z ulubionych zapachów jak najczęściej, bo już niedługo pojawią się nowe, których jeszcze nie znamy, a które mogą stać się naszymi jedynymi na następnych kilka miesięcy.

M.F.

foto: archiwum autora



W ŚWIECIE KSIĄŻKI...

• Wybierasz to, co najlepsze!

Ekskluzywne premiery klubowe, bestsellery starannie wybrane spośród najlepszych i najbardziej aktualnych tytułów na świecie – z Klubem Ty będziesz ich pierwszym czytelnikiem!

• Kupujesz na korzystnych warunkach!

Ceny książek w Klubie są przeciętnie niższe o 20% od wydań rynkowych! Specjalne oferty promocyjne nawet o 70% taniej!

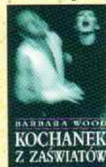
• Zamawiasz bez ryzyka!

Gwarantujemy satysfakcję albo zwrot pieniędzy!



2 książki za 5 zł

Barbara Wood
KOCHANEK Z...
Nr tytułu 481894
Cena 22,00 zł



PRZEKLNIJ TEN DOM
Nr tytułu 482005
Cena 24,00 zł



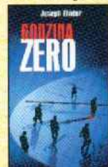
Iwona Kamińska
PANI ŚWIATA
Nr tytułu 482249
Cena 23,50 zł



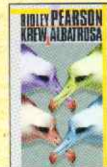
SŁOWNIK SYNONIMÓW
Nr tytułu 481143
Cena 26,80 zł



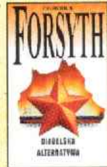
Joseph Finder
GODZINA ZERO
Nr tytułu 482254
Cena 24,90 zł



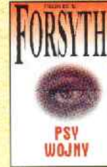
Ridley Pearson
KREW ALBATROSA
Nr tytułu 481827
Cena 22,90 zł



DIABELSKA ALTERNATYWA
Nr tytułu 482088
Cena 26,50 zł



Frederick Forsyth
PSY WOJNY
Nr tytułu 482032
Cena 26,50 zł



Andrew Klavan
KORUPCJA
Nr tytułu 482211
Cena 23,50 zł



Joseph Heller
BÓG WIE
Nr tytułu 481956
Cena 23,80 zł



Richard Stark
GODZINA ZEMSTY
Nr tytułu 482352
Cena 17,90 zł



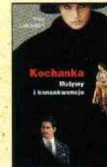
Guido Knopp
HITLER
Nr tytułu 482275
Cena 28,00 zł



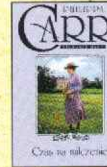
Joan Collins
DRUGA ODSŁONA
Nr tytułu 482115
Cena 29,90 zł



Maja Langsdorf
KOCHANKA
Nr tytułu 481924
Cena 18,90 zł



Philippa Carr
CZAS NA MILCZENIE
Nr tytułu 481793
Cena 24,50 zł



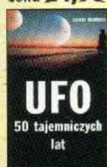
URODA BEZ TAJEMNIC
Nr tytułu 482603
Cena 14,80 zł



Roger Moreau
KSIĘGA LABIRYNTÓW
Nr tytułu 482299
Cena 27,50 zł



Gildas Bourdais
UFO
Nr tytułu 482133
Cena 24,90 zł



Ulf Böhmig
NASZE ZDROWIE
Nr tytułu 481261
Cena 23,20 zł



F. Gschnait, W. Exel
ZDROWA SKÓRA
Nr tytułu 482174
Cena 22,90 zł



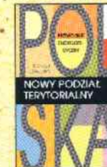
Ewa Woydyłło
ZGODA NA SIEBIE
Nr tytułu 482124
Cena 25,00 zł



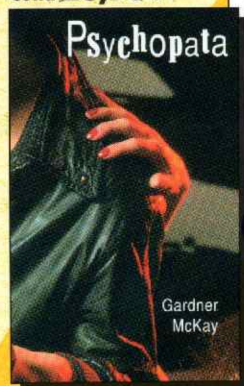
Pat Booth
WYJDŹ ZA MNIE
Nr tytułu 481951
Cena 24,80 zł

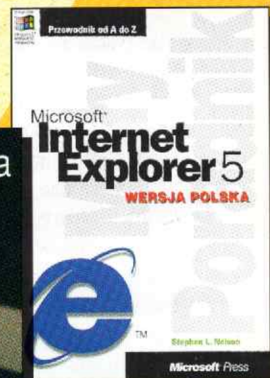


POLSKA. Nowy podział terytorialny
Nr tytułu 482268
Cena 28,90 zł



Nr tytułu 482448
Cena 23,90 zł





Nr tytułu 482483
Cena 17,50 zł

Joseph Murphy
POTĘGA...
Nr tytułu 481042
Cena 19,90 zł



OD JUTRA BĘDZIE INACZEJ
Nr tytułu 482063
Cena 21,90 zł



...URATOWAĆ MAŁŻEŃSTWO
Nr tytułu 482027
Cena 24,50 zł



10 GŁUPSTW, KTÓRE ROBIĄ MĘŻCZYŹNI...
Nr tytułu 482080
Cena 24,50 zł



Jennifer Blake
BEZWSTYDNICA
Nr tytułu 482155
Cena 24,00 zł



MICROSOFT WINDOWS '98
Nr tytułu 482226
Cena 18,90 zł



Z ARCHIWUM X
Pokonać przyszłość
Nr tytułu 482141
Cena 18,00 zł



H. Sienkiewicz
KRZYŻACY tom 1
Nr tytułu 481115
Cena 19,80 zł



Dean R. Koontz
TIK-TAK
Nr tytułu 482189
Cena 23,80 zł



Zamów już dziś!

KUCHNIA FRANCUSKA
Nr tytułu 482151
Cena 22,00 zł



KUCHNIA HISZPAŃSKA
Nr tytułu 482200
Cena 22,00 zł



I ŻE CIĘ NIE OPUSZCZĘ
Nr tytułu 481953
Cena 24,50 zł



JEDNORAZOWA OFERTA SPECJALNA DLA NOWO WSTĘPUJĄCYCH

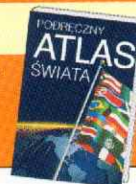
TAK, wstępuję do Klubu Świat Książki i jako Klubowicz zamawiam następujące tytuły:

Tu wpisuje numery wybranych tytułów

1. □□□□□□

2. □□□□□□

Każdy, kto zapisze się do Klubu, otrzyma upominek – PODRĘCZNY ATLAS ŚWIATA **gratis**



19093001 UK

imię ____ nazwisko ____

ulica ____ nr domu i mieszkania ____

□□-□□□
kod ____ miejscowość ____

□-□□□ □□□-□□-□□
tel. – nr kier. + numer (domowy, służbowy, komórkowy)*

□□-□□-□□□□ ✔
data urodzenia ____ podpis osoby pełnoletniej ____ data ____

Zasady członkostwa w Klubie:

- Moje członkostwo będzie trwać minimum 2 lata i jeżeli go nie wypowiem na 3 miesiące przed upływem tego terminu, będzie przedłużone każdorazowo o rok.
- Będę otrzymywać bezpłatnie 5 magazynów klubowych w roku. Z każdego z nich zamówię co najmniej 1 książkę po cenie z magazynu klubowego. Jeżeli nie wybiorę żadnej książki, zostanie mi przesłana książka szczególnie polecana przez Klub.
- Członkiem Klubu może zostać osoba pełnoletnia.
- Podaję swoje dane osobowe. Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych w celach handlowych i marketingowych przez administratora zbioru Bertelsmann Media Sp. z o.o. Warszawa, ul. Rosoła 10. Mam do nich prawo wglądu.
- Pragnę także otrzymywać oferty innych firm.

Zlecam sprzedającemu przygotowanie i dostarczenie przesyłki oraz poniosę związane z tym koszty w wysokości 6,95 zł.

Prosimy już dzisiaj wypełnić drukowanymi literami, podpisać i bez naklejania znaczka wrzucić do skrzynki pocztowej.

PROSIMY O SKŁADANIE ZAMÓWIEŃ TYLKO DROGĄ POCZTOWĄ.

PASJA CZYTANIA


KLUB ŚWIAT KSIĄŻKI

WYŚLIJ BEZ ZNACZKA

2 książki za 5 zł


Podręczny Atlas Świata

GRATIS

Opłatę uiszcza adresat „Świat Książki" Umowa z DOP W-wa z dnia 17.01.1996 r.


KLUB ŚWIAT KSIĄŻKI

ul. Rosoła 10
00-988 Warszawa

OFERTA NA ODWROCIE

